

CA1
XC 68
-2010
E52

3 1761 11970 3080



HOUSE OF COMMONS
CANADA

EMERGING AND DIGITAL MEDIA: OPPORTUNITIES AND CHALLENGES

Interim Report of the Standing Committee on Canadian Heritage

**Gary Schellenberger, MP
Chair**

JUNE 2010

40th PARLIAMENT, 3rd SESSION



Published under the authority of the Speaker of the House of Commons

SPEAKER'S PERMISSION

Reproduction of the proceedings of the House of Commons and its Committees, in whole or in part and in any medium, is hereby permitted provided that the reproduction is accurate and is not presented as official. This permission does not extend to reproduction, distribution or use for commercial purpose of financial gain. Reproduction or use outside this permission or without authorization may be treated as copyright infringement in accordance with the *Copyright Act*. Authorization may be obtained on written application to the Office of the Speaker of the House of Commons.

Reproduction in accordance with this permission does not constitute publication under the authority of the House of Commons. The absolute privilege that applies to the proceedings of the House of Commons does not extend to these permitted reproductions. Where a reproduction includes briefs to a Standing Committee of the House of Commons, authorization for reproduction may be required from the authors in accordance with the *Copyright Act*.

Nothing in this permission abrogates or derogates from the privileges, powers, immunities and rights of the House of Commons and its Committees. For greater certainty, this permission does not affect the prohibition against impeaching or questioning the proceedings of the House of Commons in courts or otherwise. The House of Commons retains the right and privilege to find users in contempt of Parliament if a reproduction or use is not in accordance with this permission.

Additional copies may be obtained from: Publishing and Depository Services
Public Works and Government Services Canada
Ottawa, Ontario K1A 0S5
Telephone: 613-941-5995 or 1-800-635-7943
Fax: 613-954-5779 or 1-800-565-7757
publications@tpsgc-pwgsc.gc.ca
<http://publications.gc.ca>

Also available on the Parliament of Canada Web Site
at the following address: <http://www.parl.gc.ca>

EMERGING AND DIGITAL MEDIA: OPPORTUNITIES AND CHALLENGES

Interim Report of the Standing Committee on Canadian Heritage

**Gary Schellenberger, MP
Chair**



JUNE 2010

40th PARLIAMENT, 3rd SESSION

STANDING COMMITTEE ON CANADIAN HERITAGE

CHAIR

Gary Schellenberger, M.P.

VICE-CHAIRS

Carole Lavallée, M.P.

Pablo Rodriguez, M.P.

MEMBERS

Charlie Angus, M.P.

Rod Bruinooge, M.P.

Dean Del Mastro, M.P.

Ruby Dhalla, M.P.

Royal Galipeau, M.P.

Nina Grewal, M.P.

Roger Pomerleau, M.P.

Scott Simms, M.P.

Tim Uppal, M.P.

CLERK OF THE COMMITTEE

Richard Dupuis

LIBRARY OF PARLIAMENT

Parliamentary Information and Research Service

Marion Ménard

Michael Dewing



Digitized by the Internet Archive
in 2023 with funding from
University of Toronto

<https://archive.org/details/31761119703080>

THE STANDING COMMITTEE ON CANADIAN HERITAGE

has the honour to present its

THIRD REPORT

Pursuant to its mandate under Standing Order 108(2), the Committee began its study on *Emerging and Digital Media: Opportunities and Challenges* and agreed to produce a report on the testimony heard to date:

TABLE OF CONTENTS

EMERGING AND DIGITAL MEDIA: OPPORTUNITIES AND CHALLENGES—INTERIM REPORT	1
CHAPTER 1: INTRODUCTION.....	1
1.1 Context	1
1.2 Pre-study	1
CHAPTER 2: EMERGING AND DIGITAL MEDIA: OPPORTUNITIES.....	3
2.1 Impact on cultural industries	3
2.2 Success stories.....	6
CHAPTER 3: EMERGING AND DIGITAL MEDIA: CHALLENGES.....	11
3.1 Introduction	11
3.2 Digital heritage	11
3.3 Broadband Internet Access.....	12
3.4 Training.....	13
3.5 Copyright	14
3.5.1 Introduction	14
3.5.2 Protection for creative works.....	14
3.5.3 Fair dealing	16
3.5.4 Copying levies	17
3.5.5 Internet Service Provider Liability	18
3.6 Compensation for creators.....	20
3.7 Business models.....	22
3.8 Canadian content.....	24
3.9 Open Internet.....	25

CHAPTER 4: EMERGING AND DIGITAL MEDIA: THE ROLE OF THE FEDERAL GOVERNMENT	27
4.1 Introduction	27
4.2 The digitization of government data and documentary heritage	27
4.3 The National Digital Strategy	28
4.4 Statutes and regulations	30
4.5 The Canada Media Fund	32
4.6 International treaties	33
4.7 Foreign ownership	34
4.8 Canadian content	35
4.9 Access and training	36
CHAPTER 5: NEXT STEPS	37
APPENDIX A: LIST OF WITNESSES	39
APPENDIX B: LIST OF BRIEFS	43
MINUTES OF PROCEEDINGS	45

EMERGING AND DIGITAL MEDIA: OPPORTUNITIES AND CHALLENGES—INTERIM REPORT

CHAPTER 1: INTRODUCTION

1.1 Context

In two of its recent reports, the Standing Committee on Canadian Heritage (hereinafter the Committee) noted the impact of emerging and digital media¹ on Canadian public broadcasting (*CBC/Radio-Canada: Defining Distinctiveness in the Changing Media Landscape*)² and television broadcasting (*Issues and Challenges Related to Local Television*).³ Developments in emerging and digital media are also changing the environment for other cultural industries, such as radio broadcasting, book publishing, magazine publishing, music publishing, and film distribution.

Given the rapidly changing media environment and the profound impact emerging and digital media are having on all aspects of culture, the Committee decided that it should study the overall impact of emerging and digital media. First, however, it felt that it should conduct a pre-study to identify the kinds of questions it should examine. Consequently, on March 2, 2009 the Committee agreed:

That the Committee hold three meetings on the subject of the New Media and then decide if further meetings will be necessary.⁴

1.2 Pre-study

In its pre-study, the Committee held meetings with Chad Gaffield, President of the Social Sciences and Humanities Research Council of Canada (SSHRC); Michael Geist, law professor at the University of Ottawa and Canada Research Chair in Internet and E-commerce Law; and Jacob Glick, Canada Policy Counsel for Google Inc.

1 The term “emerging and digital media” is used instead of the terms “new media” or “digital media” to refer to all kinds of digital services delivered over the Internet or wireless networks or other platforms such as video game consoles.

2 Standing Committee on Canadian Heritage, *CBC/Radio-Canada: Defining Distinctiveness in the Changing Media Landscape*, February 2008, <http://www2.parl.gc.ca/HousePublications/Publication.aspx?DocId=3297009&Language=E&Mode=1&Parl=39&Ses=2> (accessed June 8, 2010).

3 Standing Committee on Canadian Heritage, *Issues and Challenges Related to Local Television*, <http://www2.parl.gc.ca/HousePublications/Publication.aspx?DocId=4005108&Language=E&Mode=1&Parl=40&Ses=2> (accessed June 8, 2010).

4 *Minutes of Proceedings*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 6, 40th parliament, 2nd Session, March 2, 2009.

These three witnesses gave the Committee overviews of the impact of digital media, Canada's situation regarding the adoption of digital media, some of the challenges that need to be addressed, and the role the federal government could play. They talked about how digital media are creating a world of abundance and complexity, about the need for Canada to play a leadership role in harnessing digital media, and about the steps that might be taken to play that role.

Subsequent to these hearings, the Committee decided to conduct an in-depth study entitled *Emerging and Digital Media: Opportunities and Challenges*, and on April 1, 2010 it adopted the following terms of reference:

In this study, the Committee on Canadian Heritage will explore developments in emerging and digital media, how they are affecting Canadian cultural industries, and what federal institutions could do to assist Canadians and Canadian cultural industries benefit from these developments.

As part of its study, the Committee will examine the following questions:

1. How are developments in emerging and digital media affecting Canadian cultural industries?
 - How will future developments affect them?
 - Are there examples of Canadian success stories?
2. What can Canadian cultural industries do to benefit from developments in emerging and digital media and to prepare for future developments?
3. Is there a way of ensuring that creators of artistic and cultural content are compensated for their work?
4. What could be done to ensure that Canadians, including those working in the cultural industries, have the right skills to benefit from emerging and digital media?
5. What could be done to ensure that all Canadians, no matter where they live or what their socio-economic status is, have access to emerging and digital media?
6. What policies could the federal government adopt to help Canadians and Canadian cultural industries benefit from developments in emerging and digital media?
7. What would be the impact of changes in foreign ownership rules, including legislative and regulatory changes, on Canadian content and culture?

The Committee held meetings on the study until May 25, 2010. Including the pre-study phase, it held a total of 13 meetings, during which it heard from 43 groups and individuals.

This interim report summarizes the evidence the Committee has heard thus far.

CHAPTER 2: EMERGING AND DIGITAL MEDIA: OPPORTUNITIES

2.1 Impact on cultural industries

In response to the Committee's questions in the terms of reference on how developments in emerging and digital media are affecting Canadian cultural industries, a number of witnesses discussed the characteristics of emerging and digital media and the impact these characteristics are having.

Several witnesses presented theoretical analyses of the impact of emerging and digital media. Mr. Gaffield of the SSHRC, for example, identified three major changes taking place: "first, a new recognition of complexity; second, a new embracing of diversity; and third, a new emphasis on creativity" and said emerging and digital media "are enabling, accelerating, and redefining the significance of these three key changes."⁵

The speed with which change is taking place was remarked upon by several witnesses, and Tom Perlmutter, Government Film Commissioner and Chair, National Film Board (NFB), expressed concern about the rate of change:

We are working on an assumption of incremental, manageable change, and yet something very different may be happening. Instead of incremental change, we may be pushing to a tipping point when—bang—everything becomes undone with enormous rapidity.⁶

Mr. Geist from the University of Ottawa emphasized the move from "a world of scarcity, with limited bandwidth and difficulties in accessing culture, to one of abundance, where there is nearly unlimited access to culture."⁷ He described one of the implications of this:

The world of scarcity was one in which you could keep certain kinds of content out; you could keep it scarce and thus make it more regulable. Today we live in a world of abundance where keeping content out simply isn't possible, and it creates real challenges for those who want to have regulations premised on that scarcity.⁸

5 Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 32, 40th Parliament, 2nd Session, October 27, 2009, 1115.

6 Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 11, 40th Parliament, 3rd Session, April 29, 2010, 1130.

7 Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 3, 40th Parliament, 3rd Session, March 25, 2010, 1110.

8 Ibid., 1155.

Mr. Glick of Google Inc. raised the same question,⁹ while Daniel J. Caron, Librarian and Archivist, Library and Archives Canada, noted that the “problem of abundance directly affects the capacity of societies to identify, preserve and ensure access to their documentary heritage.”¹⁰ As a case in point, Tom Jenkins, Executive Chairman and Chief Strategy Officer, Open Text Corporation, remarked that “digital content is doubling every 30 days—that’s digital content in the entire world. So everything since the beginning of civilization to today will be doubled again by this summer.”¹¹

Another issue identified by several witnesses was convergence. Mr. Glick made the following two points: “one, everything is converging onto the public Internet; and two, a corollary of that is that this convergence is good for innovation, consumer choice, and competition.”¹² He elaborated by saying that TV, cell phone, regular telephone, and cable, with many different kinds of content, are all converging on the Internet.¹³

For John Bonnett, Canada Research Chair in Digital Humanities and Assistant Professor, Department of History, Brock University, convergence means that various software tools can be brought together and used in new ways. He gave the example of, “the geographic information system, the Canadian invention that merges maps with database technology and which is now used to support applications ranging from cartography to urban planning and emergency management.”¹⁴

One of the consequences of this technological convergence is corporate convergence, and this has implications for creators. Claire Samson, President and Chief Executive Officer, Association des producteurs de films et de télévision du Québec, pointed out :

Digitization and convergence accentuate the trend toward the concentration of media ownership rights. There are increasing interrelations and complementarity between the telecommunications, publication, broadcasting and Internet sectors, where a small number of economic players own vast families of businesses.¹⁵

9 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 4, 40th Parliament, 3rd Session, March 30, 2010, 1115.

10 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 12, 40th Parliament, 3rd Session, May 4, 2010, 1115.

11 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 15, 40th Parliament, 3rd Session, May 13, 2010, 1135.

12 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 4, 40th Parliament, 3rd Session, March 30, 2010, 1110.

13 Ibid.

14 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 10, 40th Parliament, 3rd Session, April 27, 2010, 1235.

15 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 12, 40th Parliament, 3rd Session, May 4, 2010, 1215.

At the same time, there has been a blurring of the roles of players in the system, as explained by Aline Côté, President of the Copyright Committee and Editor, Association nationale des éditeurs de livres:

It has allowed new corporations collecting billions of dollars from cultural content, good-faith users, pirates and even libraries to assume some of the roles previously reserved to publishers, that is to say the creation of formats, the granting of rights to third parties and even the usurpation of some of the functions traditionally reserved to bookstores and libraries.¹⁶

Convergence has other impacts, as noted by Pierre Proulx, Chief Executive officer, Alliance numérique - Réseau de l'industrie numérique du Québec: "in the world of digital convergence, borders no longer exist; the market is highly competitive and very global."¹⁷ For Gary Maavara, Vice-President and General Counsel, Corus Entertainment Inc., this globalization represents an opportunity, and he said that his company's "productions are available in more than 160 countries worldwide in more than 40 different languages."¹⁸

Regarding the interaction between creators and consumers, Maureen Parker, Executive Director, Writers Guild of Canada, said that digital media allow creators to reach audiences directly and have lower costs of production, meaning that creators such as screenwriters can become digital content producers.¹⁹ For John Levy, Chairman and Chief Executive Officer, Score Media Inc., the most fundamental shift is that individuals are able to connect and share content instantaneously,²⁰ and for Alain Pineau, National Director, Canadian Conference of the Arts (CCA), this shift "has changed the way in which artists produce and the relationship that institutions have with their public. Interactivity is overturning business models and changing the ways in which cultural products are consumed."²¹

The Committee also heard that another impact of emerging and digital media on cultural industries is that industries involved in digital media tend to concentrate in creative clusters. David Wolfe, Professor of Political Science, Co-Director of the Program on Globalization and Regional Innovation Systems, University of Toronto, said that where there are these concentrations, "it is usually where there is a preceding base of firms concentrated in related industries. These are the creative industries, such as film,

16 Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 7, 40th Parliament, 3rd Session, April 15, 2010, 1110.

17 Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 14, 40th Parliament, 3rd Session, May 11, 2010, 1210.

18 Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 16, 40th Parliament, 3rd Session, May 25, 2010, 1215.

19 Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 12, 40th Parliament, 3rd Session, May 4, 2010, 1110.

20 Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 15, 40th Parliament, 3rd Session, May 13, 2010, 1115.

21 Ibid., 1205.

television, and broadcasting.”²² Jason Kee, Director of Policy and Legal Affairs, Entertainment Software Association of Canada, said these concentrations of creative industries are important for the gaming industry because they “are not only where artists tend to congregate but where digital technology is more readily available.... Many of the [educational] institutions tend to be centred around there. We've been producing a lot of fantastic graduates.”²³

Although the Committee heard that emerging and digital media are changing the media environment in fundamental ways, it also heard that traditional media have not disappeared and that there is a certain amount of overlap between them. Mr. Kee pointed out that “The only difference between a traditional artist and a game maker ... is that they work with digital media as opposed to more conventional media.”²⁴ Regarding the book publishing industry, Glenn Rollans, Partner, Lone Pine Publishing, said he sees “a fairly long transition, wherein the balance between digital and paper is shifting but both remain in use, and probably paper will remain in use over the long haul.”²⁵ He went on to say that in the book trade, “digital transactions are such a small part of the marketplace at this point—1% to 5%.”²⁶

Mark Jamison, Chief Executive Officer, Magazines Canada, made a similar point when he said, “A common theme and discussion is that young people are abandoning the print medium, but nothing could be further from the truth. The largest segment of print magazine readers are in fact people between the ages of 18 and 24.”²⁷ Nevertheless, he said, the magazine industry is responding to consumer demands for new ways to access Canadian content by creating enhanced content on websites.²⁸

2.2 Success stories

In addition to hearing about how emerging and digital media are changing the environment for cultural industries, the Committee heard about a number of Canadian success stories.

22 Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 10, 40th Parliament, 3rd Session, April 27, 2010, 1140.

23 Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 12, 40th Parliament, 3rd Session, May 4, 2010, 1250.

24 Ibid.

25 Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 8, 40th Parliament, 3rd Session, April 20, 2010, 1240.

26 Ibid.

27 Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 16, 40th Parliament, 3rd Session, May 25, 2010, 1130.

28 Ibid.

Several witnesses talked about the NFB's success in digitizing its films and making them available on the Internet. During his testimony, NFB Chair Mr. Perlmutter elaborated on the NFB's efforts:

Since the launch of NFB's national screening room at the beginning of last year, we've had over five million views of NFB films. In October we launched our iPhone application, which quickly became both a critical and popular success. iTunes called it one of the ten best applications of the year. In less than half a year, we've had 700,000 views of films on the iPhone. We are ready to launch on the iPad when it comes to Canada. ONF.ca was the first platform in North America for viewing works in French by francophone creators.²⁹

Carolle Brabant, Executive Director, Telefilm Canada, said she was encouraged by initiatives such as Quebecor's *Éléphant: mémoire du cinéma québécois* and Radio-Canada's TOU.TV. She said, "These initiatives make a treasure-trove of Canadian programs and films accessible to Canadians."³⁰

Steve Anderson, founder and national coordinator, OpenMedia.ca, also mentioned a number of success stories, including CBC Radio 3; the CBC's video experiments; *The Tyee*, an online independent news website; and Rabble.ca, a national independent multimedia news organization.³¹

Ms. Parker of the Writers Guild of Canada, noted the success of an original web series called *My Pal Satan*.³² John Barrack, Chief Operating Officer and Chief Legal Officer, Canadian Film and Television Production Association, mentioned a number of multi-platform programs, including regenesistv.com from Xenophile Media and Shaftesbury Films; *Degrassi: The Next Generation* from Epitome Pictures; and marblemedia's thisisdanielcook.com.

When Mark Bishop, partner/producer, marblemedia Inc. appeared before the Committee, he described his company's growth over nine years from two people to 30 full-time employees. Saying the company generates \$15 million to \$20 million in production revenues every year, he explained the reasons for its success:

29 Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 11, 40th Parliament, 3rd Session, April 29, 2010, 1135.

30 Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 13, 40th Parliament, 3rd Session, May 6, 2010, 1225.

31 Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 10, 40th Parliament, 3rd Session, April 27, 2010, 1255.

32 Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 12, 40th Parliament, 3rd Session, May 4, 2010, 1120.

Our focus from day one for the company has been on content, on telling stories that engage audiences on multiple platforms. We've pushed the envelope of experimenting with new platforms from the beginning of our company. High definition, web TV, mobile, convergent, transmedia—you name it, we've done it.³³

Another example of a company that has adapted to the changing environment was Score Media Inc. Mr. Levy, the Chairman and Chief Executive Officer, told the Committee of his company's efforts to reach its key audience on new platforms. Score Media operates the Score Television Network, a national sports, news, and information specialty service, as well as Hardcore Sports Radio, a sports talk satellite radio channel. In June 2009, it launched ScoreMobile, a mobile application, and it had become the number one free sports application on BlackBerry anywhere in the world. This, along with its iPhone application, had more than 1.3 million monthly unique visitors and over 50 million monthly page views.³⁴

The Committee also heard from Mr. Maavara of Corus Entertainment Inc., who described how Nelvana, a Corus-owned producer of children's animation programming, provides Canadian content to multi-platform channels such as KidsCo in Europe, Asia, and Africa, and qubo.com in the United States. It also has a direct-to-consumer digital download strategy.³⁵ He said that when it comes to making such programs, Canadians "are really, really, really very good at this. We are among the best storytellers in the world. The only constraint we have in Canada is the size of our domestic market."³⁶

With regard to the video-games industry, Mr. Kee of the Entertainment Software Association of Canada said his industry "is estimated to generate \$3.5 billion in revenue annually and indirectly employs over 14,000 people in highly skilled, high-paying jobs."³⁷ Mr. Proulx of the Alliance numérique - Réseau de l'industrie numérique du Québec pointed out that Montreal is a centre for video games and accounts for half of these jobs.

33 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 14, 40th Parliament, 3rd Session, May 11, 2010, 1110.

34 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 15, 40th Parliament, 3rd Session, May 13, 2010, 1115.

35 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 16, 40th Parliament, 3rd Session, May 25, 2010, 1215.

36 *Ibid.*, 1230.

37 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 12, 40th Parliament, 3rd Session, May 4, 1230.

The Committee also heard from university professors who use digital media in their academic research. Mr. Bennett from Brock University described a project that creates three-dimensional models of heritage buildings and showed the Committee a computer representation of Sparks Street in Ottawa as it looked in 1878.³⁸ Steven High, Canada Research Chair in Public History, Department of History, Concordia University, described how digital technology is changing the field of oral history through the use of software that makes it possible to access and organize interviews.³⁹

The Committee heard that in some cases, success can have un-intended consequences. Mr. Geist from the University of Ottawa talked about successful websites that begin in Canada, but which were bought by American companies. Among the websites he mentioned were Club Penguin, a website for children that was bought by Disney, and Flickr, an online photography site that was bought by Yahoo.⁴⁰

38 Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 10, 40th Parliament, 3rd Session, April 27, 2010, 1230.

39 Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 14, 40th Parliament, 3rd Session, May 11, 2010, 1200.

40 Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 3, 40th Parliament, 3rd Session, March 25, 2010, 1135.

CHAPTER 3: EMERGING AND DIGITAL MEDIA: CHALLENGES

3.1 Introduction

As discussed above, the Committee heard about ways in which emerging and digital media are changing the media environment and about ways in which Canadians are finding success in this new environment. The Committee also heard about a number of areas in which emerging and digital media pose challenges for Canadian cultural industries and institutions.

3.2 Digital heritage

Several witnesses talked about the challenges associated with digitizing and preserving Canada's documentary heritage. In the Committee's first pre-study hearing on the subject of emerging and digital media, Mr. Gaffield of the SSHRC stressed how important Canadian digital content is to the success of Canada's digital future. In order for people to develop as citizens and leaders, Mr. Gaffield argued, they need "ready access to Canadian content—historical, contemporary, economic, social, and cultural." Consequently, "Canadian content must be digitally collected, preserved, and made accessible to business, education, government, and society at large."⁴¹

Mr. Perlmutter of the NFB expressed concerns about Canadian digital content being acquired by other countries, and gave the example of Flickr being acquired by Yahoo and its content being migrated from Canadian servers to U.S. ones. In response, he said, "We need to look at how to ensure that the great wealth of existing content generated by the public and private sectors, often with public subsidies, can be digitized and made available to Canadians."⁴² However, Mr. Perlmutter also pointed out that for the NFB, "with the resources presently available to us, with our operational funds, this is going to take 20 years if no technological changes are made."⁴³

⁴¹ Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 32, 40th Parliament, 2nd Session, October 27, 2009, 1130.

⁴² Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 11, 40th Parliament, 3rd Session, April 29, 2010, 1135.

⁴³ Ibid., 1155.

John Bonnett, the professor from Brock University who demonstrated three-dimensional visualization software to the Committee, said that such developments,

... will demand an overhaul of the institutions we use to store and archive knowledge. The library at the start of the 22nd century will likely be a very different place from the one we now know and will be filled with four-dimensional virtual objects and books that communicate with each other.⁴⁴

When Mr. Caron of Library and Archives Canada appeared before the Committee, he explained, "Documentary heritage is at the core of literacy in Canada, and even at the core of our democracy. By ensuring that the most relevant and significant material is acquired and preserved, we ensure that this material is there to be searched and accessed by Canadians over time."⁴⁵ He also pointed out that digital content can lead to the development of a wide variety of uses and applications, some of which are not yet known.⁴⁶ At the same time, he said:

Fulfilling our mandate in the new digital environment presents unique challenges and opportunities. As you know, the new information and communication technologies are continually evolving. They have fundamentally changed the way Canadians create information, safeguard it, and retrieve it. In the new digital environment, Canadians expect to find information everywhere and anytime.⁴⁷

As examples of the kinds of challenges faced by libraries and archives, Mr. Caron went on to say:

To deliver on the promise of the new digital media environment, we will have to address the issue of identifying and preserving the content created in the new social media networks like Facebook and MySpace. We must open up and link our digital and digitized documentary heritage to Canadian cultural industries, genealogists, historians, lawyers and Canadians in general. In this way, we will enable direct cross-country access to a largely untapped public resource.⁴⁸

3.3 Broadband Internet Access

The Committee heard from a number of witnesses that access to broadband Internet by all Canadians is essential to the development of digital industries. Witnesses also said that this access is central to the ability of Canadians to participate in the digital economy.

44 Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 10, 40th Parliament, 3rd Session, April 27, 2010, 1230.

45 Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 12, 40th Parliament, 3rd Session, May 4, 2010, 1110.

46 Ibid., 1115.

47 Ibid., 1110.

48 Ibid., 1115.

For Mr. Gaffield of the SSHRC, for example, access to broadband Internet has, “become a key issue of social, economic, and cultural integrity,” because “those with the access and ability to communicate using the new media have a huge advantage.”⁴⁹

From an industry perspective, Mr. Kee of the Entertainment Software Association of Canada said,

...ready cost-effective access to a first-class wire-line and wireless broadband infrastructure is crucial to the development of new products, services, and distribution methods in the online environment, which will in turn drive broadband adoption and lead to greater development. Access to advanced broadband infrastructure is indeed essential for online games and the digital delivery of games and is vital to the entertainment software industry's future growth.⁵⁰

3.4 Training

Similarly, training and the development of digital skills were seen by many witnesses as essential to Canada's ability to develop and use emerging and digital media. There are two aspects to the issue of training. Witnesses saw the need for a skilled workforce to develop Canada's digital economy, as well as the need for a digitally literate population that is able to take advantage of emerging and digital media.

With regard to digital literacy, Mr. Jenkins of Open Text Corporation said he had recently attended the Canada 3.0 conference in Stratford, Ontario, and that while the 2,000 participants had debated many issues,

Digital literacy had no debate at all. It was clear: we need a program of digital literacy, very much in the same way that we would have thought of literacy 100 years ago as we moved from the farms to the cities and started to require people to become knowledge workers and to be able to read.⁵¹

From an industry point of view, Mr. Proulx of the Alliance numérique - Réseau de l'industrie numérique du Québec said “we must ensure the excellence of our workforce,” and added “institutions of higher learning must clearly be provided with cutting edge infrastructures, again so that people in the industry can be better trained.”⁵²

49 Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 32, 40th Parliament, 2nd Session, October 27, 2009, 1215.

50 Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 12, 40th Parliament, 3rd Session, May 4, 2010, 1235.

51 Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 15, 40th Parliament, 3rd Session, May 13, 2010, 1105.

52 Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 14, 40th Parliament, 3rd Session, May 11, 2010, 1210.

From the perspective of artists, Mr. Pineau of the CCA said:

Artists and art administrators are more obligated to learn a diverse set of skills in order to compete on an open market. Those who have digital marketing skills and social media savvy will be able to promote, present, and professionalize their artistic practice. More attention must therefore be given to training young artists and creators, not only in digital skills but also in the basics of entrepreneurship.

A knowledge economy is a resource that will never run dry. Given the retiring cadre of professionals, we must invest in knowledge transfer programs, mentorships, and apprenticeships in cultural industries and in the arts.⁵³

3.5 Copyright

3.5.1 Introduction

Copyright reform was raised by many witnesses as an issue affecting the development of emerging and digital media. It should be noted that the Committee's hearings took place during the lead-up to the introduction on June 2, 2010 of a bill to amend the *Copyright Act*.

Witness raised a wide range of concerns related to copyright. Some stressed the need to respond to piracy and to protect the work of creators. Others called for a loosening of the restrictions on the use of copyright material in order to encourage innovation. Several witnesses cited the need for clear rules in developing their business models. The following sections look at some of the main issues regarding copyright.

3.5.2 Protection for creative works

The Committee heard different approaches to protecting creative works. On the one hand, some witnesses felt that people should be able to reuse creative works. This view, which centres on what are often call "user rights," was expressed by Brett Gaylor, Documentary Filmmaker, EyeSteelFilm Inc., who said:

... our copyright system is fundamentally broken. It does not make sense for those of us who grew up in the digital age. Not only does our current legal environment make an entire generation feel like criminals for experiencing culture in ways that seem as natural to us as turning on the tap, it criminalizes, and in some cases, when paired with digital rights management technologies, prevents the creative reuse and expression of culture.⁵⁴

53 Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 15, 40th Parliament, 3rd Session, May 13, 2010, 1210.

54 Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 7, 40th Parliament, 3rd Session, April 15, 2010, 1135.

On the other hand, Loreena McKennitt, President, Quinlan Road Limited, criticized the “user rights” approach, saying:

It is my view that we should be extremely careful with this kind of language, because it isn't a matter of user rights but rather user permissions. Once we dispel the notion that in this respect there is no such thing as user rights, or that people own the music in a CD or a digital download, we can cease worrying about how to balance these rights. Many things the public wishes to do with what they purchase can all be accomplished within the framework of permissions and personal use.⁵⁵

A number of other witnesses called for clear protection of creative works. For example, Graham Henderson, President, Canadian Recording Industry Association, said:

I believe it starts with a very simple, straightforward baseline. We have to draw a little box around what's legal and what's illegal and send clear messages to the people of Canada about what's right and what's wrong.⁵⁶

Indeed, according to Darlene Gilliland, Director, Digital Business Development, Universal Music Canada, because of piracy, Canada's digital marketplace is operating well below its potential, and this is due, “in large part to the lack of a robust copyright regime and protection for creators' works in our country, especially when we stack Canada up beside other countries. Our peers have had these protections for a long time.”⁵⁷ Mr. Rollans of Lone Pine Publishing made a similar point when he said his company had between 300 and 400 books in digital form, but had not released them because of the lack of clear rules. He went on to say:

If Canada is going to be a leader in the digital economy, in my mind we have to be a leader in copyright protection for producers of original resources. That includes writers and visual artists, and publishers, who have a creative role in the creation of resources. Where people hold copyright and are secure about the rules in the marketplace, I think they're going to be very energetic participants.⁵⁸

With regard to the technical means of protecting content, Mr. Kee of the Entertainment Software Association of Canada, explained how the entertainment software industry uses digital rights management measures, also known as technological protection measures (TPMs) or digital locks. He said that in addition to protecting against piracy, they are used to differentiate products. He summed up by saying:

55 Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 9, 40th Parliament, 3rd Session, April 22, 2010, 1210.

56 Ibid., 1220.

57 Ibid., 1200.

58 Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 8, 40th Parliament, 3rd Session, April 20, 2010, 1130.

The TPMs are one of the cornerstones on which our industry is built. They've significantly contributed to the success of our industry, because they allow us to offer a wide array of differentiated products that benefit consumers. So if you want to get a trial version of a game, if you just want to rent a game for a short period of time, or if you want to buy it, they actually allow for all of these options.⁵⁹

Brigitte Doucet, Deputy General Director, Association des producteurs de films et de télévision du Québec, also addressed the issue of TPMs, as well as that of websites that enable illegal file sharing, saying:

... we suggested ensuring that there is a clear statement [in the *Copyright Act*] that these providers of content retrieval tools are acting illegally and that, for those who choose to protect their content, the way of circumventing content should be made illegal.⁶⁰

3.5.3 Fair dealing

The issue of fair dealing was raised by a number of witnesses. What is fair dealing? To quote the Government of Canada website on copyright reform:

Fair dealing is a long-standing feature of Canadian copyright law that permits certain uses of copyrighted material in ways that do not unduly threaten the interests of copyright owners, but which could have significant social benefits.

Currently, fair dealing in Canada is limited to five purposes: research, private study, news reporting, criticism and review.⁶¹

On the one hand, witnesses including Mr. Geist from the University of Ottawa, Mr. Glick of Google Inc., and Mr. Gaylor of EyeSteelFilm Inc. called for expanded fair dealing. Mr. Geist explained his approach as follows:

Today, we all recognize that there is a problem with fair dealing. Everyday activities such as recording television shows or format shifting aren't covered. Artistic endeavours like parody aren't covered. Some teaching activities aren't covered, and innovative businesses can't rely on the provision either. This goes to the heart of new media creation.

The solution I'd propose, which I think is a clean, simple one, would be to add two words—"such as"—so that the current list of fair dealing would become illustrative rather than exhaustive, and we would build in flexibility, but—this is crucial—not lose fairness.⁶²

59 Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 12, 40th Parliament, 3rd Session, May 4, 2010, 1255.

60 Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 12, 40th Parliament, 3rd Session, May 4, 2010, 1225.

61 Government of Canada, "Copyright Modernization: Questions and Answers," http://strategis.ic.gc.ca/icc/site/crp-prda.nsf/eng/h_rp01153.html (accessed June 8, 2010).

62 Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 3, 40th Parliament, 3rd Session, March 25, 2010, 1115.

However, this suggested approach was opposed by a number of witnesses. For them, creating an illustrative list would create uncertainty and involve creators in endless litigation. The concerns about expanding fair dealing beyond the five purposes listed above were explained by Roanie Levy, General Counsel and Director, Policy and External Affairs, Access Copyright:

Adding the words “such as” to the current fair dealing purposes turns the list from an exhaustive list of five purposes to an illustrative list. This is a significant change to Canada’s current fair dealing provisions. It is not simple, nor is it incremental, as some proponents of an open fair dealing provision contend.

Let me explain why. Adding the words “such as” creates a lose-lose situation for everybody, creators and users alike, since everything becomes uncertain and is subject to expensive litigation. That’s because an open-ended fair dealing provision ... puts into the hands of the courts what should be determined by Parliament.⁶³

Her concerns were echoed by a number of other witnesses, including the Société québécoise de gestion collective des droits de reproduction, the Alliance of Canadian Cinema, Television and Radio Artists (ACTRA), the Société québécoise des auteurs dramatiques, and the Writers Guild of Canada. For example, Marie-Louise Nadeau, Director, Playright, Société québécoise des auteurs dramatiques, said:

We are convinced that expanding fair dealing, in addition to causing confusion among some users already confused about existing exemptions, would be dramatic—pardon the pun—for authors and our small organization dedicated to defending their rights.

We do not have the financial or human resources necessary to prove, on a case-by-case basis, that such and such an organization erred or misinterpreted fair dealing.⁶⁴

On the question of an exemption for educational purposes specifically, Mr. Rollans of Lone Pine Publishing said, “an educational exception would completely undercut the educational publishing world.”⁶⁵ A similar view was expressed by Ms. Côté, of the Association nationale des éditeurs de livres, who said: “We believe that this would be an undue extension that would allow all possible forms of distribution. ... We are convinced that this would seriously weaken French-Canadian production.”⁶⁶

3.5.4 Copying levies

Several witnesses addressed the issue of extending the private copying levy, which currently applies to blank audio cassette tapes and blank recordable CDs, to MP3 players. The idea of extending the levy was supported by the Writers Guild of Canada and ACTRA,

63 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 8, 40th Parliament, 3rd Session, April 20, 2010, 1115.

64 *Ibid.*, 1140.

65 *Ibid.*, 1135.

66 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 7, 40th Parliament, 3rd Session, April 15, 2010, 1145.

who saw it as a way of compensating creators. Stephen Waddell, National Executive Director, ACTRA, said, “To be clear, this isn’t a new levy. It’s merely updating something that already exists. If the government does not extend the private copying levy, then the government is taking money out of artists’ pockets.”⁶⁷ In response to questions, Mr. Waddell elaborated on the idea of a levy, saying:

It’s economical. It distributes moneys to makers and to creators. It’s very efficient. And it gives access to consumers to use content on multiple platforms and allows format shifting. It has everything that one wants in a system in the new digital environment.⁶⁸

On the other hand, Graham Henderson, President, Canadian Recording Industry Association opposed the idea of a levy because he said, “our goal is to establish … a thriving, legitimate digital music market in Canada in which everybody can be fairly compensated. We believe no levy can ever replace such a market.”⁶⁹ In response to questions, he went on to say, “we do not support levies that have the effect of laundering illegally acquired music into legal copies which would have the effect of destroying our marketplace.”⁷⁰

This view was supported Charlie Millar, Director, Digital Business Development, Warner Music Canada, who said levies do not address the industry’s goal of discouraging the behaviour of those who pirate music: “When you are able, at your fingertips, to go anywhere at any time and download whatever you want, a tax that addresses storage is a way to get some pennies … but from the pirate’s perspective, this does not address the underlying behavioural issue....”⁷¹

Another point of view was expressed by Mr. Geist from the University of Ottawa, who said “... my view is that someone who has gone out and purchased that CD ought to have the right to transfer that song onto his or her iPod without compensation.”⁷²

3.5.5 Internet Service Provider Liability

Another copyright issue raised by witnesses involved the liability of Internet Service Providers (ISPs) when there is copyright infringement. Mr. Geist explained the current “notice and notice” approach, which is used when someone infringes copyright. “This involves a copyright holder sending a notification to an ISP, which is then obligated to send

67 Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 10, 40th Parliament, 3rd Session, April 27, 2010, 1150.

68 Ibid., 1215.

69 Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 9, 40th Parliament, 3rd Session, April 22, 2010, 1230.

70 Ibid., 1235.

71 Ibid., 1240.

72 Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 3, 40th Parliament, 3rd Session, March 25, 2010, 1155.

on that notification to a subscriber. These notifications work.⁷³ He went on to comment on other approaches to dealing with copyright infringement:

If think the "notice and takedown" approaches that we've seen in some other countries have proven highly problematic. And, even worse, the approaches that a couple of countries have begun to experiment with, where they would literally kick people off the Internet, the three strikes approach, I find to be completely disproportionate.⁷⁴

Kenneth Engelhart, Senior Vice-President, Regulatory, Rogers Communications Inc., also agreed with the "notice and notice" approach, saying that when his company sends out a notice,

That does stop a lot of people from infringing. They've been told. Maybe the teenage son was doing it, and mom and dad got the message and told him to cut it out.

So those types of things we think are very useful. We're doing it today at considerable cost. It's not perfect, obviously not, but we think some of those types of mechanisms should be exhausted before any kind of more draconian measures are imposed.⁷⁵

Mr. Engelhart also commented on the Anti-Counterfeiting Trade Agreement (ACTA), which the Government of Canada was in the process of negotiating with international partners, including Australia, members of the European Union, Japan, New Zealand, and the United States. According to the Government of Canada, ACTA "would be to put in place international standards for enforcing intellectual property rights in order to fight more efficiently the growing problems of counterfeiting and piracy."⁷⁶ In response to questions, Mr. Engelhart said,

We are concerned, as many ISPs are, about the ACTA negotiations. It's supposed to be about counterfeiting, but it seems to have gone way past counterfeiting to being about ISPs and the downloading activities of our customers.

We don't think ISPs should be put in the position of being traffic cops that decide what is legal and what is not. We really hate any idea that we would have to terminate a customer's service based on a three-strikes policy. We do not want to do that at all. I have a great deal of sympathy for the copyright holders who feel that their content is being stolen. It's a big problem. But I don't want to see this done by putting ISPs in the position of having to disconnect their customers or aiding in the conviction of their customers.⁷⁷

73 Ibid., 1115.

74 Ibid., 1130.

75 Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 14, 40th Parliament, 3rd Session, May 11, 1140.

76 Department of Foreign Affairs and International Trade, "Anti-Counterfeiting Trade Agreement (ACTA)," http://www.international.gc.ca/trade-agreements-accords-commerciaux/fo/intellect_property.aspx (accessed June 8, 2010).

77 Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 14, 40th Parliament, 3rd Session, May 11, 1135.

On the other hand, Mr. Henderson of the Canadian Recording Industry Association said he would prefer using a the “three strikes” approach—which he called a pejorative term for “graduated response”⁷⁸—and expressed doubts about the effectiveness of the “notice and notice” approach.

Notice and notice is where it's determined that somebody has downloaded something that they shouldn't have. ... We send a notice to the ISP, the ISP sends a notice to the consumer, and that's the end of it. There are no consequences.

There are countries, such as France, that are examining whether or not consequences should be attached to a failure to accept or to modify one's behaviour based on the notice.

Do I like notice and notice regimes? I think they could be a fantastic educational tool. Are they the solution? Do they work? Practice has shown that they simply don't work.⁷⁹

ISP liability is one of the matters addressed in two treaties that were concluded in 1996 at the World Intellectual Property Organization (WIPO)—also known as "the WIPO Treaties"—which Canada had yet to ratify. A number of witnesses said that Canada should implement these treaties. These witnesses included Mr. Geist of the University of Ottawa, Google Inc., the Writers Guild of Canada, the Entertainment Software Association of Canada, and Rogers Communications Inc.

3.6 Compensation for creators

As can be seen from the testimony on copyright, the compensation of creators was a significant issue for many witnesses. Much of the concern stemmed from the unauthorized copying and distribution of copyright material, otherwise known as piracy.

Mr. Geist argued that creators can be compensated within the market, sometimes being paid in the conventional ways, while at other times giving away intellectual property and being paid in different ways. He also said that where there is market failure, collective licensing can come in.⁸⁰

For Mr. Rollans of Lone Pine Publishing, however, publishers will be more inclined to participate in emerging and digital media if their intellectual property is protected and they can expect some compensation. He said:

78 Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 9, 40th Parliament, 3rd Session, April 22, 2010, 1250.

79 1230.

80 Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 3, 40th Parliament, 3rd Session, March 25, 1140.

... my sense is that publishers are going to participate more confidently in digital business if they're adequately protected. That means having some expectation of reasonable compensation and also some expectation that, when they let the cow out of the barn in digital form, it is going to both improve access and improve, in a sense, their business possibilities. The business that a publisher does flows through to its writers, designers, editors, salespeople, and retailers. It has huge spinoffs and it's important to protect those, in my mind.⁸¹

Several witnesses raised the issue of terms of trade—the agreements between independent producers and broadcasters. Ms. Parker of the Writers Guild of Canada said that a national digital strategy must “support terms of trade to ensure that fair revenue streams flow back to content creators.”⁸² She went on to explain:

Broadcasters are demanding more rights from producers for the same licence fee. For example, if a broadcaster exploits a TV show through iTunes downloads, in most cases the broadcaster keeps that revenue, and it is not shared with the production community. We support a terms of trade agreement between the broadcasters and the producers, because without it no one but the broadcaster earns revenue from these new uses. We will be working with independent producers to ensure that compensation flows equitably to the creative community.⁸³

This issue was also raised by Mr. Bishop of marblemedia Inc.⁸⁴ and Mr. Barrack of the Canadian Film and Television Production Association, who said:

I think it's important for companies and broadcasters to be able to acquire rights because I think it's important to work with those broadcasters in partnership to best exploit that Canadian content across a multiplicity of platforms. That's what we want. We want to do those deals, but they have to be balanced and fair, and they must lead to the maintenance of what is a truly independent production sector.⁸⁵

A related issue concerned unused rights—rights that are acquired by a broadcaster, who does not make use of them. In such situations, according to Trevor Doerksen, Chief Executive Officer, MoboVivo Inc.,

81 Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 8, 40th Parliament, 3rd Session, April 20, 2010, 1130.

82 Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 12, 40th Parliament, 3rd Session, May 4, 2010, 1120.

83 Ibid., 1125.

84 Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 14, 40th Parliament, 3rd Session, May 11, 2010, 1115.

85 Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 13, 40th Parliament, 3rd Session, May 6, 2010, 1200.

The rights to content are not being exploited fully to monetize them fully. This of course affects our company. It affects Canadian consumers, but what it really does is it drives illegal consumption. If you can't get it from a legal source and you want to consume it on your phone or your computer, there's a ready-made illegal source of that content, and it's pretty easy to use and it leaves money on the table.⁸⁶

3.7 Business models

The challenge of developing successful business models for emerging and digital media was raised by a number of witnesses. Mr. Pineau of the CCA expressed the views of many witnesses when he said, "The advent of digital technologies has changed the way in which artists produce and the relationship that institutions have with their public. Interactivity is overturning business models and changing the ways in which cultural products are consumed."⁸⁷

Mr. Jenkins of Open Text Corporation also commented on the changes affecting business models:

... there are new and old business models that are completely in conflict with each other, the so-called long tail of how to recoup any kind of endeavour, whether it's cultural or any other. These business models are different and there is a transition, and it's a pretty brutal transition.⁸⁸

Sylvie Courtemanche, Vice-President, Government Relations, Corus Entertainment Inc., recognized the difficulty in developing a new business model when she said, "As things stand, we have no idea of what our business model will be; no one does, but we do know that we have to take risks and give it our best shot."⁸⁹ Her colleague, Mr. Maavara, elaborated by saying, "We need to be able to experiment, to innovate, and to react quickly to new opportunities. That is the only way we will find out what works and what doesn't work with consumers."⁹⁰ They also said that Corus Entertainment has to compete globally and that foreign markets are crucial.⁹¹ To increase the probability of success in these markets, however, Ms. Courtemanche said the government should encourage "the creation of larger and stronger enterprises."⁹²

86 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 11, 40th Parliament, 3rd Session, April 29, 2010, 1220.

87 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 15, 40th Parliament, 3rd Session, May 13, 2010, 1202.

88 *Ibid.*, 1105.

89 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 16, 40th Parliament, 3rd Session, May 25, 2010, 1240.

90 *Ibid.*, 1225.

91 *Ibid.*, 1215.

92 *Ibid.*, 1220.

The Committee also heard that emerging and digital media make it possible for small companies to succeed globally. Mr. Levy of Score Media Inc., pointed out: "In the new media world, the organic and explosive growth of the Internet has created an environment where small companies like Score Media can, with a little creativity, create a global business."⁹³

In his appearance before the Committee, Jeff Anders, Chief Executive Officer and Co-Founder, The Mark News, explained how he is experimenting with new business models in order to create an innovative kind of news service. He described some of the difficulties he had faced:

Speaking as one member of a vibrant community of start-up companies across the country, the message from the ground is that it's tough out there. Funding for early-stage companies, especially for media and information companies, is scarce. Venture capital investment is at its lowest point in Canada in more than a decade.

Government funding, while abundant, seems frustratingly out of reach. The Mark, for example, has reviewed at least 70 different grant programs and qualifies for surprisingly few.⁹⁴

Mr. Anders went on to say that companies such as his need support while they figure out their business models:

We need operating support, funds to keep us going while we experiment and fail on the way to finding sustainable models. We need support making digital work, not encouragement to look backwards toward paper. We need a shift from protection to encouragement, to propulsion.⁹⁵

The challenge of obtain financing was raised by a number of witnesses, including the Entertainment Software Association of Canada⁹⁶ and the Alliance numérique - Réseau de l'industrie numérique du Québec.⁹⁷

As noted earlier, many witnesses said that part of the challenge in creating successful business models is ensuring that creators are compensated for their work. Some witnesses held out hope in this regard. Mr. Doerksen of MoboVivo Inc. said "Consumers are changing, they're showing a willingness to pay for content."⁹⁸

93 Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 15, 40th Parliament, 3rd Session, May 13, 2010, 1125.

94 Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 7, 40th Parliament, 3rd Session, April 15, 2010, 1130.

95 Ibid.

96 Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 12, 40th Parliament, 3rd Session, May 4, 2010, 1235.

97 Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 14, 40th Parliament, 3rd Session, May 11, 2010, 1210.

98 Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 11, 40th Parliament, 3rd Session, April 29, 2010, 1220.

Mr. Engelhart of Rogers Communication Inc. concurred, saying, “We believe that even though a lot of the viewing is going on demand and on the Internet, the business model will still be the monthly subscription model. That’s the model that makes sense.”⁹⁹

Other witness described the steps they are taking to develop new business models. For example, Ms. Gilliland of Universal Music Canada talked about her company’s licensing deals, its use of social media as part its marketing and promotion efforts, and its diversification in the areas of artists’ websites and fan clubs, value-added music products, and concert tickets.¹⁰⁰

An example of the kind of quick response that is sometimes needed in developing a new business model was given by Ms. Côté of the Association nationale des éditeurs de livres. Faced with the development of electronic book readers by foreign companies and the low prices being charged by some of them, French-language publishers developed their own system:

Let me tell you about one of the major successes we have had in French-speaking Canada. Three years ago, the publishers reacted to this situation by developing very quickly their own digital platform. We agreed on the principle of a common platform and tried very quickly to set up a French-language digital collection for all of Canada through an aggregator. We decided that this aggregator would be based in Quebec, would come under Canadian law and would have a business model. Everyone talks about new business models and that is exactly what we established. It is an agency system that allows publishers to keep control of the quality of their works and to ensure that the contracts they have signed with their authors are respected and that selling prices are related to the value of the works.¹⁰¹

3.8 Canadian content

Given the lack of regulation regarding broadcasting in emerging and digital media, some witnesses wondered about the future of Canadian content. As we have seen, a number of witness, including those from the NFB, Corus Entertainment Inc., and Score Media Inc., described their successes in making Canadian content accessible to the world. To quote Mr. Geist of the University of Ottawa, “In terms of promoting Canadian content, let’s recognize the fact that there is an unprecedented amount of Canadian content online.”¹⁰² Mr. Glick of Google Inc. also talked about the large amount of Canadian content on sites such as the video-sharing site YouTube.¹⁰³

99 Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 14, 40th Parliament, 3rd Session, May 11, 1125.

100 Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 9, 40th Parliament, 3rd Session, April 22, 2010, 1155.

101 Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 7, 40th Parliament, 3rd Session, April 15, 2010, 1125.

102 Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 3, 40th Parliament, 3rd Session, March 25, 2010, 1215.

103 Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 4, 40th Parliament, 3rd Session, March 30, 2010, 1115.

However, Kelly Lynne Ashton, Director, Industrial and Policy Research, Writers Guild of Canada, took issue with Google's interpretation of Canadian content:

YouTube can be an inexpensive way to distribute content directly to consumers without the broadcaster as a gatekeeper, and our members are increasingly interested in this opportunity. But amateur content is not a substitute for professionally produced Canadian content. Canadians deserve better. Without government support, Canadians will have no choice but to enjoy the vast amount of U.S. professionally produced content that is online.¹⁰⁴

To respond to this flood of online content from around the world, some witnesses called on the Canadian government to ensure that there is sufficient shelf space for Canadian content online. They included Tyrone Benskin, National Vice-President, ACTRA¹⁰⁵ and Richard Paradis, President, Groupe CIC (Communication, Information, Culture).¹⁰⁶ In addition, Marc Séguin, Senior Vice-President, Policy, Canadian Film and Television Production Association, said that a national digital media strategy should ensure, "that professional content created by Canadians has priority on our broadband networks."¹⁰⁷

Several witnesses expressed concern about Canadian content being digitized by non-Canadian companies. A case in point was Google Inc.'s initiative to digitize books. As Mr. Geist of the University of Ottawa pointed out: "The Google initiative is a great initiative, but if we live in a world where the only major digitizer is Google, that's a problem."¹⁰⁸ Ernie Ingles, President, Canadian Association of Research Libraries, said that when it comes to the digitization of Canadiana, "[w]e don't want a Google, particularly, where we have to digitize our heritage and then buy it back. That's something we are trying to avoid if we can do so."¹⁰⁹

3.9 Open Internet

The Committee heard from a number of witnesses that an open Internet in which all content is treated equally—so-called net neutrality—is essential to the development of emerging and digital media.

104 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 12, 40th Parliament, 3rd Session, May 4, 2010, 1130.

105 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 10, 40th Parliament, 3rd Session, April 27, 2010, 1145.

106 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 11, 40th Parliament, 3rd Session, April 29, 2010, 1225.

107 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 13, 40th Parliament, 3rd Session, May 6, 2010, 1115.

108 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 3, 40th Parliament, 3rd Session, March 25, 1210.

109 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 16, 40th Parliament, 3rd Session, May 25, 1120.

These included Mr. Geist of the University of Ottawa,¹¹⁰ Google Inc.,¹¹¹ OpenMedia.ca,¹¹² and Mr. Levy of Score Media Inc. To quote the latter:

We are very concerned about the ability of Internet and wireless service providers to act as gatekeepers, either because they are vertically integrated and have an incentive to prioritize their own content, or because they are partnering with major media players and providing preferred access. If we seek diversity of Canadian voices in new media, the Internet cannot become a pay-to-play zone.¹¹³

110 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 3, 40th Parliament, 3rd Session, March 25, 2010, 1110.

111 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 4, 40th Parliament, 3rd Session, March 30, 2010, 1150.

112 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 10, 40th Parliament, 3rd Session, April 27, 2010, 1250.

113 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 15, 40th Parliament, 3rd Session, May 13, 2010, 1125.

CHAPTER 4: EMERGING AND DIGITAL MEDIA: THE ROLE OF THE FEDERAL GOVERNMENT

4.1 Introduction

The expansion of digital media has transformed various sectors of Canadian society. A number of federal institutions in charge of broadcasting Canadian content and preserving Canadian memory must change the way they work. Many witnesses called for a national digital strategy to coordinate activities in this area. Other witnesses called for a review of the existing legislative framework, which no longer reflects today's technological world.

4.2 The digitization of government data and documentary heritage

The activities of federal departments and agencies have been transformed by the expansion of information and communication technologies (ICT). ICT has revolutionized the way the federal government communicates with Canadians.

Mr. Geist of the University of Ottawa pointed out that countries such as the United States and Great Britain have embraced initiatives to increase access to government content through new media. He asserts that opening federal government data will have a domino effect "by inviting Canadian businesses to add value to public data."¹¹⁴ With a view to increased transparency, he also recommended the removal of Crown copyright and more open licences for government data, including government video.¹¹⁵

As stated in section 2.2, the NFB has broken new ground in opening content. In January 2009, the NFB launched an online screening room, giving Canadians direct access to over 1,000 titles in its audiovisual collection.

Mr. Caron of Library and Archives Canada pointed out that there is an overabundance of information to be safeguarded. The traditional archival materials that once came to them in a box filled with books, pictures and papers, now come to them on a memory stick.¹¹⁶ In other respects, it is also an opportunity to better connect Canadians across the country with their documentary heritage. To meet these challenges, Mr. Caron recommends developing a pan-Canadian network of trusted digital repositories—electronic vaults where digital content can be hosted and distributed in both the short and medium term.¹¹⁷

114 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 3, 40th Parliament, 3rd Session, March 25, 2010, 1110.

115 *Ibid.*

116 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 12, 40th Parliament, 3rd Session, May 4, 2010, 1110.

117 *Ibid.*, 1120.

The Canadian Association of Research Libraries (CARL) made essentially the same argument as Library and Archives Canada. The digitization of Canada's documentary heritage is a strong interest for CARL, as it will give Canadians greater access to their heritage. However, CARL stressed that the government needs to take a leadership role and invest in the digitization of our documentary heritage.¹¹⁸

4.3 The National Digital Strategy

The Committee noted that the vast majority of witnesses agreed that Canada needs a national digital strategy.

The Chair of the NFB, Mr. Perlmutter, has promoted this idea for over a year. He raised this idea last year when he appeared before the Committee for its study on the future of local television in Canada. He again made it the focal point of his presentation to the Committee on April 29, 2010.¹¹⁹ He pointed out that Britain, France and Australia had already devised such strategies.

Mr. Geist of the University of Ottawa also asserted that Canada lags behind other countries in this area. Such a strategy hinges on skills development and digital copyright issues. Mr. Geist recommends financing this strategy through revenue from the auction of broadcasting spectrum opened up by the transition to digitization.¹²⁰

Nordicity Group has expressed a keen interest in the content of a national digital strategy. In September 2009 it released a discussion paper entitled *Towards a National Digital Strategy* in a bid to stimulate debate on the issue. Peter Lyman, a partner with Nordicity Group, said that such a strategy had to be relevant to Canada, and must address three categories of concern: information and communication technologies, the cultural domain, and human resources and training.

ACTRA believes that this strategy must contain the following elements:

- limits on foreign ownership;
- increased investment in content creation;
- a modern regulatory framework that ensures there is shelf space for Canadian content; and

118 Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 16, 40th Parliament, 3rd Session, May 25, 2010, 1120.

119 Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 11, 40th Parliament, 3rd Session, April 29, 2010, 1135.

120 Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 3, 40th Parliament, 3rd Session, March 25, 2010, 1115.

- new copyright laws that give audiences access to the content while ensuring creators are justly compensated.¹²¹

The Canadian Film and Television Production Association¹²² and the Writers Guild of Canada support a national digital strategy on behalf of Canadian screenwriters. Incentives to support the creation of digital works and an updated *Copyright Act* would be chief elements of such a strategy:

A national digital strategy must first ensure that there is sufficient funding to create professionally produced digital entertainment; second, it must ensure that Canadian-owned and Canadian-controlled enterprises exist to support Canadian content, and that they have appropriate incentives or requirements to do so; and third, it must amend the *Copyright Act* and support terms of trade to ensure that fair revenue streams flow back to content creators.¹²³

The Canadian Conference of the Arts states that the development of a Canadian digital strategy must be based on a new *Copyright Act*.¹²⁴ Expanding digital literacy must also be part of this strategy.

Mr. Paradis of Groupe CIC and Mr. Anderson of OpenMedia.ca stress that high-speed Internet must be a key component of such a strategy.¹²⁵

Mr. Bishop of marblemedia Inc. said that the strategy must support access to digital professional Canadian content distributed by "Canadian-owned services."¹²⁶

Only Mr. Glick of Google Inc. expressed some scepticism about a national digital strategy. He strongly believes that a digital strategy needs to be nimble enough to adapt to the rapidly changing digital sector.¹²⁷

121 Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 10, 40th Parliament, 3rd Session, April 27, 2010, 1145.

122 Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 13, 40th Parliament, 3rd Session, May 6, 2010, 1115.

123 Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 12, 40th Parliament, 3rd Session, May 4, 2010, 1120.

124 Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 15, 40th Parliament, 3rd Session, May 13, 2010, 1120.

125 Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 11, 40th Parliament, 3rd Session, April 29, 2010, 1230.

126 Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 14, 40th Parliament, 3rd Session, May 11, 2010, 1115.

127 Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 4, 40th Parliament, 3rd Session, March 30, 2010, 1135.

4.4 Statutes and regulations

Witnesses proposed legislative changes to some statutes and regulations relating to broadcasting and the production of cultural content.

There are two schools of thought on this issue. Witnesses felt that the temptation to regulate the Internet must be avoided. Instead, incentives must be created to encourage the production of original content on the web, including Canadian content. This position was vigorously defended by Mr. Glick of Google Inc.¹²⁸

The argument most often advanced is that the broadcasting and telecommunications sectors are increasingly linked and that it is increasingly difficult to separate the two. Mr. Geist of the University of Ottawa recommends overhauling the *Broadcasting Act* and the *Telecommunications Act* to make a single, broader communications act.¹²⁹ It is also clear to the Canadian Interactive Alliance,¹³⁰ the Groupe CIC¹³¹ and the Association des producteurs de films et de télévision du Québec¹³² that the current legislative framework does not reflect the convergence in the broadcasting and telecommunications sectors. However, some reservations were expressed. Mr. Lyman of Nordicity Group doubts that a timely legislative amendment is possible, stating:

When people talk about a fusing of telecommunications and broadcasting, what they really mean is ripping out the broadcasting provisions so that we don't have to mess around when we're getting into these difficult areas of what constitutes broadcasting and what does not constitute broadcasting. That's a very messy area. An easy way to do it is to fuse the two—just have a telecommunications act and dispense with the *Broadcasting Act*—but I don't think this country is going in that direction.¹³³

Companies working in the publishing and visual arts sectors want better copyright protection for their authors, publishers and photography industry workers. Publishers such as Lone Pine Publishing expect reasonable compensation for their work.¹³⁴

128 Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 4, 40th Parliament, 3rd Session, March 30, 2010, 1115.

129 Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 3, 40th Parliament, 3rd Session, March 25, 2010, 1110.

130 Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 11, 40th Parliament, 3rd Session, April 29, 2010, 1150.

131 Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 11, 40th Parliament, 3rd Session, April 29, 2010, 1230.

132 Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 12, 40th Parliament, 3rd Session, May 4, 2010, 1215.

133 Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 13, 40th Parliament, 3rd Session, May 6, 2010, 1145.

134 Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 8, 40th Parliament, 3rd Session, April 20, 2010, 1130.

As mentioned in section 3.9, the issue of net neutrality was raised. Mr. Geist¹³⁵ and Mr. Levy of Score Media Inc.¹³⁶ argued that rules must be created so that all Internet content is afforded an equal opportunity and does not fall victim to limited access based on the kind of content or the program used to distribute it. The Coordinator of OpenMedia.ca, Mr. Anderson, reproached the Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC) for not adequately monitoring Internet service providers that “manage” traffic. He called for a net neutrality law.¹³⁷

Companies such as Universal Music and Warner Music Canada expect the federal government to put mechanisms in place to “foster innovation, encourage investment and protect creators.”¹³⁸

As to human resources, the Entertainment Software Association of Canada argues that barriers be removed to bring in foreign workers with the right skills and experience in the digital sectors. Existing work permit and visa processes are overly cumbersome.¹³⁹

Rogers Communications believes that the existing regulations have served Canadian cultural industries well. However, it raised concerns about the CRTC’s decision of March 23, 2010, regarding compensation for the value of local conventional television signals. The company also made the following recommendation:

There are also policies the federal government could adopt. For example, pursuant to section 19 of the *Income Tax Act*, Canadian firms cannot claim advertising expenses as an income tax deduction when they advertise in U.S. magazines or border TV stations.

The same rule should apply to U.S. websites. This will make it more expensive to place ads, for example, on Hulu, if it comes to Canada. The aim should be to make sure that Canadian advertisers prefer Canadian-owned and -operated services.¹⁴⁰

135 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 3, 40th Parliament, 3rd Session, March 25, 2010, 1120.

136 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 15, 40th Parliament, 3rd Session, May 13, 2010, 1120.

137 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 10, 40th Parliament, 3rd Session, April 27, 2010, 1250.

138 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 9, 40th Parliament, 3rd Session, April 22, 2010, 1200.

139 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 12, 40th Parliament, 3rd Session, May 4, 2010, 1230.

140 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 14, 40th Parliament, 3rd Session, May 11, 2010, 1105.

We wish to cap this section with a recommendation made by Astral Media: an independent expert panel should be mandated with reviewing broadcasting policies in order to propose a “new national policy that is adapted to the reality of our global and multi-platform environment.”¹⁴¹

4.5 The Canada Media Fund

The Canada Media Fund (CMF) was launched in March 2010 to support the production of Canadian programming in English, French and Aboriginal languages on multiple platforms. It supports the work of Canadian creative talent, including writers, directors and performers. Telefilm Canada administers the CMF. In 2010-2011, the contribution to the Canada Media Fund will total more than \$360 million, according to a news release from the Department of Canadian Heritage.¹⁴²

Most witnesses supported the new CMF. The NFB,¹⁴³ the Canadian Interactive Alliance,¹⁴⁴ The Mark News¹⁴⁵ and marblemedia¹⁴⁶ all applauded this government initiative.

Mr. Gaylor, a documentary filmmaker with EyeSteelFilm and Mr. Anderson of OpenMedia.ca¹⁴⁷ also felt it is a step in the right direction, even though they said the CMF gives greater support to traditional broadcasters. The Entertainment Software Association of Canada made similar comments, recommending that additional funds should be allocated for the experimental stream of the CMF.¹⁴⁸

ACTRA¹⁴⁹ and the Writers Guild of Canada would like to see the creation of a specific fund for Canadian online content, financed through contributions from Internet service providers.

141 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 16, 40th Parliament, 3rd Session, May 25, 2010, 1215.

142 The Honourable James Moore, News Release, “Government of Canada Celebrates the Launch of the Canada Media Fund,” March 26, 2010, <http://www.pch.gc.ca/pc-ch/minstr/moore/cdm-mc/cd-nfra.cfm?action=doc&DocID=CJM093013> (accessed June 10, 2010).

143 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 11, 40th Parliament, 3rd Session, April 29, 2010, 1135.

144 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 11, 40th Parliament, 3rd Session, April 29, 2010, 1140.

145 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 7, 40th Parliament, 3rd Session, April 15, 2010, 1130.

146 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 14, 40th Parliament, 3rd Session, May 11, 2010, 1110.

147 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 10, 40th Parliament, 3rd Session, April 27, 2010, 1255.

148 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 12, 40th Parliament, 3rd Session, May 4, 2010, 1230.

149 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 10, 40th Parliament, 3rd Session, April 27, 2010, 1145.

4.6 International treaties

The federal government's role in negotiating treaties came up in testimony. As noted in section 3.5, a number of witnesses suggested that Canada should implement the WIPO treaties regarding ISP liability.

In addition, a couple of witnesses raised the issue of co-production treaties. Mr. Bishop of marblemedia said:

On the topic of foreign investment, we see the co-production treaties only reflect film and television. They're dated and they need to be revised. Our co-production treaties need to embrace interactive content and interactive platforms. As Canadian licence fees decrease from the broadcasters—and we see that more and more—we need partnerships and foreign investment into our content.¹⁵⁰

On the same topic, Mr. Barrack of the Canadian Film and Television Production Association noted:

...foreign financing to Canadian-certified productions has significantly decreased, dropping from \$407 million to \$196 million between 2001 and 2008. Our co-production activity has also experienced incredible declines, dropping by more than half to about \$390 million through the same period.

In our view, these downward trends can be reversed by updating our international policies and programs. Canada's official co-production treaties and new export promotion programs could be invaluable tools in these areas.¹⁵¹

In addition to these treaties, a few witnesses raised concerns about negotiations toward the Anti-Counterfeiting Trade Agreement (ACTA) (see section 3.5.5) and about foreign trade agreements. With regard to the latter, Mr. Pineau of the CCA said:

Foreign trade agreements may contribute to restricting Canada's capacity to adopt cultural policies. NAFTA's [North American Free Trade Agreement] chapter 11 provides foreign investors with a right to sue the Canadian government and to seek compensation for foreign actions, including those of regulatory agencies like the CRTC, if they believe the decisions violate their rights under NAFTA. The CCA is very concerned with the fact that the Canadian government has tabled such a dispute resolution mechanism in the current comprehensive negotiations with the European Union.¹⁵²

150 Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 14, 40th Parliament, 3rd Session, May 11, 2010, 1115.

151 Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 13, 40th Parliament, 3rd Session, May 6, 2010, 1120.

152 Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 15, 40th Parliament, 3rd Session, May 13, 2010, 1215.

4.7 Foreign ownership

On the issue of foreign ownership, a number of witnesses were opposed to relaxing the restrictions on foreign ownership. To quote Mr. Pineau of the CCA,

There is debate about the wisdom of opening up foreign investment and having eventual foreign control in telecommunications. The justification is that by bringing in more competition, we will achieve lower prices for consumers. It's difficult to be against this objective, but there are serious reasons to fear the consequences of the current backdoor approach to changing long-standing cultural policies.¹⁵³

Mr. Pineau went on to spell out one of these reasons:

... if foreign companies are permitted entry, or force entry, into Canada's broadcasting system, existing rules and regulations relating to the production and distribution of Canadian content productions may be sustainable, since the foreign company will be entering a market where those rules exist. However, if the CRTC or the government were to try to update the rules to reflect a new environment, the foreign company might have a cause for action under chapter 11 [of NAFTA].¹⁵⁴

Support for maintaining current restrictions was also expressed by ACTRA,¹⁵⁵ the Writers Guild of Canada,¹⁵⁶ the Association des producteurs de films et de télévision du Québec,¹⁵⁷ and the Canadian Film and Television Production Association.¹⁵⁸

On the other hand, several witnesses saw potential benefits from increased foreign ownership. Mr. Engelhart of Rogers Communications said:

We do not believe changes to foreign ownership rules will have an impact on Canadian culture and content. Canada's foreign ownership rules can be changed for telecommunications carriers and cable companies. These businesses are primarily pipes that carry content. The foreign ownership rules can be preserved for the content providers. Radio and TV stations and specialty channels can remain in Canadian hands. This would provide the capital-intensive distributors with lower-cost access to foreign capital while ensuring that the vital content producers are Canadian.¹⁵⁹

153 Ibid., 1210.

154 Ibid., 1215.

155 Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 10, 40th Parliament, 3rd Session, April 27, 2010, 1145.

156 Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 12, 40th Parliament, 3rd Session, May 4, 2010, 1120.

157 Ibid., 1220.

158 Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 13, 40th Parliament, 3rd Session, May 6, 2010, 1115.

159 Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 14, 40th Parliament, 3rd Session, May 11, 2010, 1105.

Likewise, with respect to foreign ownership in the gaming industry, Ian Kelso, President and Chief Executive Officer, Canadian Interactive Alliance, said that it can have positive benefits:

Our biggest successes are usually right now acquired by foreign companies that have the capital to invest in stealing the product or the service. But those foreign acquisitions are not always necessarily bad things, because the increased capital does give us a lot more footprint in terms of jobs. We tend to retain the jobs here, and we tend to retain the creative talent in this country.¹⁶⁰

4.8 Canadian content

In section 3.8, we looked at some of the issues witnesses raised about Canadian content. In this section, we look at suggestions for federal government action. Mr. Glick of Google Inc. drew a distinction between the regulation of Canadian content on the supply side and on the demand side:

On the supply side, we've had a system of government subsidies, tax incentives, and all that stuff for the creation of Canadian content. I'm not saying that any of it needs to fall by the wayside; there's still a case for the subsidization of Canadian content or the continuation of tax incentives for the creation of professional content. I don't see any problem with that. In fact, the more content the better, from the perspective of intermediaries. On the demand side, when we're regulating the demand part—that is, with quotas—I think quotas are going to be increasingly unsustainable, frankly.¹⁶¹

Mr. Benskin of ACTRA listed a number of ideas for federal government support of Canadian content:

We also need to support Canadians who are creating Canadian content. Government must embrace policies that promote the production of content that reflects Canada to Canadians and the world, regardless of the types of screens we're watching them on.

The Canada Media Fund is a positive step in this direction; however, it isn't new money. For Canada's digital media industry to thrive, it needs enhanced, long-term government investment. CBC, Telefilm, and the NFB also need clear mandates and stable public funding to ensure that they are again leaders in telling Canadian stories in this new digital world.

A federal tax credit for original digital media production, similar to the Canadian film or video production tax credit, would encourage private investment, further developing and, as importantly, retaining Canada's highly skilled digital media workers.

¹⁶⁰ Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 11, 40th Parliament, 3rd Session, April 29, 1145.

¹⁶¹ Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 4, 40th Parliament, 3rd Session, March 30, 2010, 1150.

The federal government could also offer incentives to encourage Canadian advertisers to support websites featuring Canadian content. You can expand section 19.1 of the *Income Tax Act* to give Canadian advertisers tax deductions for advertising on Canadian-owned websites that give prominence to Canadian digital media content.¹⁶²

His colleague, Mr. Waddell, added that ACTRA would like to see Internet and wireless service providers contribute to a digital Media Fund.¹⁶³ The idea of a fund to support Canadian content was also supported by the Writers Guild of Canada¹⁶⁴ and the Association des producteurs de films et de télévision du Québec.¹⁶⁵

4.9 Access and training

The importance that many witness attach to broadband Internet access has been noted in sections 3.3 and 4.3. Another aspect of access to emerging and digital media was raised by Mrs. Catherine Edwards of the Canadian Association of Community Television Users and Status (CACTUS). She called for the establishment of community-operated multimedia training centres, which would provide access to all media technologies. These centres would be funded from the existing community television policy.¹⁶⁶ This idea was supported by the CCA.¹⁶⁷

With regard to training, Mr. Proulx of the Alliance numérique - Réseau de l'industrie numérique du Québec said that Canada's digital policy should, "support provincial authorities and invest in programs that are already in place. We must above all make sure that training programs match industry needs."¹⁶⁸

162 Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 10, 40th Parliament, 3rd Session, April 27, 2010, 1150.

163 Ibid.

164 Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 12, 40th Parliament, 3rd Session, May 4, 2010, 1120.

165 Ibid., 1225.

166 Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 15, 40th Parliament, 3rd Session, May 13, 1225.

167 Ibid., 1220.

168 Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 14, 40th Parliament, 3rd Session, May 11, 2010, 1210.

CHAPTER 5: NEXT STEPS

The Committee was grateful for the informed testimony it heard and would like to thank the witnesses for all their hard work. At the same time, it felt that after 13 hearings on the subject of emerging and digital media, it had only begun to learn about the many opportunities and challenges in this rapidly evolving field.

This interim report will give the Committee, as well as the public at large, the chance to reflect on the testimony it has already heard and to prepare for a resumption of hearings when the House of Commons reconvenes.

APPENDIX A

LIST OF WITNESSES

Organizations and Individuals	Date	Meeting
Social Sciences and Humanities Research Council of Canada	2009/10/27	32
Chad Gaffield, President		
Gisèle Yasmeen, Vice-President, Partnerships Directorate		
Murielle Gagnon, Director, Strategic Programs and Joint Initiatives, Partnerships Directorate		
University of Ottawa	2010/03/25	3
Michael Geist, Chair, Research in Internet and E-Commerce Law		
Google Inc.	2010/03/30	4
Jacob Glick, Canada Policy Counsel		
Association nationale des éditeurs de livres	2010/04/15	7
Aline Côté, President of Copyright and Editor		
EyeSteelFilm Inc.		
Brett Gaylor, Documentary Filmmaker		
The Mark News		
Jeff Anders, Chief Executive Officer and Co-Founder		
Access Copyright	2010/04/20	8
Roanie Levy, General Counsel and Director, Policy and External Affairs		
Canadian Photographers Coalition		
André Cornellier, Co-Chair, Chief Executive Officer of La Maison de l'image et de la photographie		
Lone Pine Publishing		
Glenn Rollans, Partner		
Société québécoise de gestion collective des droits de reproduction		
Danièle Simpson, President, Vice-President, Union des écrivaines et écrivains Québécois		
Société québécoise des auteurs dramatiques		
Marie-Louise Nadeau, Director, Playright		
Canadian Recording Industry Association	2010/04/22	9
Graham Henderson, President		
Quinlan Road Limited		
Loreena McKennitt, President		

Organizations and Individuals	Date	Meeting
Universal Music Canada Darlene Gilliland, Director, Digital Business Development and Business Affairs	2010/04/22	9
Warner Music Canada Charlie Millar, Director, Digital Business Development		
As an individual John Bonnett, Canada Research Chair in Digital Humanities and Assistant Professor, Department of History, Brock University	2010/04/27	10
David Wolfe, Professor of Political Science, Co-Director of the Program on Globalization and Regional Innovation Systems, University of Toronto		
Alliance of Canadian Cinema, Television and Radio Artists Tyrone Benskin, National Vice-President Stephen Waddell, National Executive Director		
OpenMedia.ca Steve Anderson, Founder and National Coordinator		
Canadian Interactive Alliance Ian Kelso, President and Chief Executive Officer, Interactive Ontario	2010/04/29	11
Groupe CIC (Communication, Information, Culture) Richard Paradis, President		
MoboVivo Inc. Trevor Doerkson, Chief Executive Officer		
National Film Board Tom Perlmutter, Government Film Commissioner and Chair Claude Joli-Coeur, Assistant Commissioner Deborah Drisdell, General Director, Accessibility and Digital Entreprises		
Association des producteurs de films et de télévision du Québec Claire Samson, President and Chief Executive Officer Brigitte Doucet, Deputy General Director	2010/05/04	12
Entertainment Software Association of Canada Jason Kee, Director of Policy and Legal Affairs		
Library and Archives Canada Daniel J. Caron, Librarian and Archivist Jean-Stéphen Piché, Acting Assistant Deputy Minister, Resource discovery sector		

Organizations and Individuals	Date	Meeting
Writers Guild of Canada	2010/05/04	12
Maureen Parker, Executive Director		
Kelly Lynne Ashton, Director, Industrial and Policy Research		
Canadian Film and Television Production Association	2010/05/06	13
Marc Séguin, Senior Vice-President Policy		
John Barrack, Chief Operating Officer and Chief Legal Officer		
National Campus and Community Radio Association		
Shelley Robinson, Executive Director		
Nordicity Group Ltd.		
Peter Lyman, Senior Partner		
Telefilm Canada		
Carolle Brabant, Executive Director		
Dave Forget, Director, Contracts and Certification		
As an individual	2010/05/11	14
Steven High, Canada Research Chair in Public History, Department of History, Concordia University		
Alliance numérique - Réseau de l'industrie numérique du Québec		
Pierre Proulx, Chief Executive officer		
marblemedia Inc.		
Mark Bishop, Partner/Producer		
Rogers Communications Inc.		
Kenneth Engelhart, Senior Vice-President, Regulatory		
Jeremy Butteriss, Director, Broadband Entertainment, Rogers Cable		
Canadian Association of Community Television Users and Stations (CACTUS)	2010/05/13	15
Catherine Edwards, Spokesperson		
Canadian Conference of the Arts		
Alain Pineau, National Director		
Open Text Corporation		
Tom Jenkins, Executive Chairman and Chief Strategy Officer		
Score Media Inc.		
John Levy, Chairman and Chief Executive Officer		

Organizations and Individuals	Date	Meeting
Astral Media Inc.	2010/05/25	16
André Bureau, Chairman of the Board		
Sophie Émond, Vice-President, Regulatory and Government Affairs		
Canadian Association of Research Libraries	2010/05/25	2010/05/25
Ernie Ingles, President, Vice-Provost and Chief Librarian, University of Alberta		
Corus Entertainment Inc.		
Gary Maavara, Vice-President and General Counsel		
Sylvie Courtemanche, Vice-President, Government Relations		
Magazines Canada		
Jim Everson, Executive Director, Public Affairs		
Mark Jamison, Chief Executive Officer		

APPENDIX B

LIST OF BRIEFS

Organizations and individuals

Alliance of Canadian Cinema, Television and Radio Artists

Astral Media Inc.

Bonnett, John

Canadian Interactive Alliance

Entertainment Software Association of Canada

Library and Archives Canada

Quinlan Road Limited

Social Sciences and Humanities Research Council of Canada

Tomasson-Goodwim, Jill

Wolfe, David

MINUTES OF PROCEEDINGS

A copy of the relevant Minutes of Proceedings (Meetings Nos.3, 4, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16 and 21) is tabled.

Respectfully submitted,

Gary Schellenberger, MP
Chair

Un exemple de procès-verbaux pertinents (Séances nos 3, 4, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16 et 21) est déposé.

PROCÈS-VERBAUX

Gary Schellenberger, député

Le président,

Respectueusement soumis,

ANNEXE B

LISTE DES MÉMOIRES

Organisations et individus

Alliance des artistes canadiens du cinéma, de la télévision et de la radio

Alliance interactive canadienne

Association canadienne du logiciel de divertissement

Bibliothèque et Archives Canada

Astral Media Inc.

Bonneau, John

Conseil de recherches en sciences humaines du Canada

Tomasson-Goodwin, Jill

Quinlan Road Limited

Wolfe, David

Organisations et individus	Date	Réunion	Canadian Association of Community Television	2010/05/13	15
Users and Stations (CACTUS)			Cathérine Edwards, porte-parole		
Conférence canadienne des arts			Alain Pineau, directeur général		
Open Text Corporation			Tom Jenkins, président exécutif et administrateur en chef de la		
Score Media Inc.			John Levy, président-directeur général		
Astral Media Inc.	2010/05/25	16	André Bureau, président du conseil d'administration		
Canada			Sophie Émond, vice-présidente,		
Association des bibliothèques de recherche du			Affaires réglementaires et gouvernementales		
Groses Entreprises Inc.			Vice-recteur et bibliothécaire en chef, Université de l'Alberta		
Congrès Maavara, vice-président et avocat général			Ermie Lengles, président,		
Magasins Canada			Gary Maavara, vice-président		
Relations gouvernementales			Sylvie Courtemanche, vice-présidente,		
Mark Jamison, directeur général			Jim Everson, directeur général,		
Affaires publiques			Affaires publiques		

Organisations et individus	Date	Réunion
Association canadienne du logiciel de divertissement	2010/05/04	12
Jason Kee, directeur de la politique et des affaires juridiques		
Daniel J. Caron, bibliothécaire et archiviste		
Jean-Stephen Piché, sous-ministre adjoint intermédiaire,		
Seteur de l'exploration des ressources		
Maurleen Parker, directrice générale		
Kelly Lynne Ashton, directrice,		
Recherche, industrie et politique		
Association canadienne de production de films et de télévision	2010/05/06	13
Marc Séguin, premier vice-président, Politique		
John Barrack, chef des opérations et directeur des affaires juridiques		
Association nationale des radios étudiantes et communautaires		
Shelley Robinson, directrice générale		
Groupe Nordicité tée		
Peter Lyman, associé principal		
Téléfilm Canada		
Caroline Brabant, directrice générale		
Dave Forgeret, directeur, Contrats et certification		
Seven High, chaire de recherche du Canada en histoire publique, Département de l'histoire, Concordia University		
Alliance numérique - Réseau de l'industrie		
Plère Proulx, directeur général		
Mark Bishop, partenaire/realisateur		
Rogers Communications Inc.		
Kenneth Engelhart, vice-président principal,		
Reglementation		
Jeremy Butteriss, directeur,		
Diversissement de large bande, Rogers Cable		
14	2010/05/11	A titre personnel

Organisations et individus	Réunion	Date
Universl Music Canada	9	2010/04/22
Daleene Gilliland, directrice, Digital Business Development and Business Affairs	10	2010/04/27
John Bonnett, programme des chaires de recherche en sciences humaines numériques et professeur adjoint, Département d'innovation, Brock University	10	2010/04/27
David Wolfe, professeur des sciences politiques, Gouvernement du Québec, programme de globalisation sur les systèmes régiONAUX d'innovation, Université de Toronto	11	2010/04/29
OpenMedia.ca Troyne Benksin, vice-président national Stephen Waddell, directeur général national Steve Anderson, fondateur et coordinateur national Alliance interactive canadienne	11	2010/04/29
Groupe CIC (Communication, Information, Culture) Richard Paradis, président Trevor Doerkson, directeur-général MoboVivo Inc.	12	2010/05/04
Office national du film Tom Perlmutter, commissaire du gouvernement à la cinématographie et président Claude Joli-Coeur, commissaire adjoint Deborah Drisdell, directrice générale, Accessibilité et interprètes numériques	12	du Québec
Bridgette Doucet, directrice générale adjointe Claire Samson, présidente et directrice générale	12	Bridgette Doucet, directrice générale adjointe

ANNEXE A

LISTE DES TÉMOINS

CHAPITRE 5 : LES PROCHAINES ETAPES

Le Comité est reconnaissant des témoignages éclairés qu'il a entendus et souhaite remercier les témoins de leur excellent travail. Par ailleurs, il estime qu'après seulement 13 audiences sur la question des médias numériques et émergents, il a pu démontrer la surface des multiples possibilités et défis que présente ce domaine qui évolue rapidement.

Le présent rapport provisoire donnera l'occasion au Comité, et à l'ensemble de la population, de réfléchir aux témoignages entendus et de se préparer à renouveler les audiences quand la Chambre des communes reprendra ses activités.

- Le gouvernement fédéral pourrait aussi proposer des mesures incitatives pour encourager les annonceurs canadiens à appuyer les sites Web qui présentent du contenu canadien. Vous pouvez étendre la portée de l'article 19.1 de la Loi de l'impôt sur le revenu de manière à accorder des déductions fiscales aux annonceurs qui font de la publicité sur des sites Web appartenant à des intérêts canadiens qui accordent une place prépondérante au contenu canadien.¹⁶²
- Son collègue, M. Waddell, a ajouté qu'ACTRA aimeraît que les fournisseurs de services Internet et sans-fil contribuent à un fonds des médias numériques.¹⁶³ La Writers Guild of Canada¹⁶⁴ et l'Association des producteurs de films et de télévision du Québec ont aussi appuyé l'idée d'un fonds destiné à soutenir le contenu canadien.
- #### 4.9 Accès et formation
- L'importance que de nombreux témoins accordent à l'accès à Internet à large bande a déjà été soulignée aux sections 3.3 et 4.3. Mme Catherine Edwards de la Canadian Association of Community Television Users and Status (CACTUS) a signalé un autre élément de l'accès aux médias numériques et émergents. Elle a réclamé l'établissement de centres communautaires de formation en multimédia, qui donneraient accès à toutes les technologies des médias. Ces centres seraient financés grâce à l'actuelle politique sur la télévision communautaire.¹⁶⁶ La CCA appuie cette idée.¹⁶⁷
- En ce qui concerne la formation, M. Proulx de l'Alliance numérique - Réseau de l'industrie numérique du Québec a déclaré que la politique canadienne sur le numérique devrait « soutenir les instances provinciales et territoriales dans les besoins de l'industrie et les places. Il faut surtout favoriser l'adéquation entre les besoins de l'industrie et les programmes de formation».¹⁶⁸
- 162 Temoignages, Comité, réunion n° 10, 40^e législature, 3^e session, 27 avril 2010, 1150.
- 163 Ibid.
- 164 Temoignages, Comité, réunion n° 12, 40^e législature, 3^e session, 4 mai 2010, 1120.
- 165 Ibid., 1225.
- 166 Temoignages, Comité, réunion n° 15, 40^e législature, 3^e session, 13 mai 2010, 1225.
- 167 Ibid., 1220.
- 168 Temoignages, Comité, réunion n° 14, 40^e législature, 3^e session, 11 mai 2010, 1210.

161
160

Témoignages, Comité, réunion n° 4, 40^e législature, 3^e session, 30 mars 2010, 1150.

Témoignages, Comité, réunion n° 11, 40^e législature, 3^e session, 29 avril 2010, 1145.

Un crédit d'impôt fédéral pour la production de contenu numérique original semblable au crédit d'impôt pour production cinématographique ou magnétoscopique canadienne favoriserait les investissements privés, la posture du développement — ce qui est tout aussi important — le maintien en fonction de la main-d'œuvre hautement qualifiée en médias numériques du Canada.

Le Fonds des médias du Canada est un bon pas dans cette direction. Cependant, ce numéro, des chefs de file dans l'art de raconter des histoires aux Canadiens, clarifie et d'un financement public constant pour redevenir, dans ce nouveau monde Radio-Canada, Téléfilm Canada et l'Office national du film ont aussi besoin d'un mandat prospère, elle a besoin que le gouvernement investisse davantage et à long terme. N'est pas de l'argent frais. Pour que l'industrie des médias numériques du Canada gouveuremement doit faire siennes les politiques qui favorisent la production de contenu qui reflète la réalité canadienne pour les Canadiens et pour le monde entier, peu importe le type d'écran sur lequel ils le regardent.

Nous devons aussi appuyer les Canadiens qui produisent du contenu canadien. Le gouvernement fédéral pourra appuyer le contenu canadien : une solution qui deviendrait de moins en moins envisageable à mon avis¹⁶¹.

M. Benksin d'ACTRA a dressé une liste d'idées que pourrait adopter le gouvernement fédéral pour appuyer le contenu canadien :

Du côté de l'offre, nous savons un système de subventions gouvernementales, d'incentifs fiscaux et différentes mesures favorisant la création de contenu canadien. Je ne suis pas toujours fier de subventionner le contenu canadien et de maintenir les incitatives fiscaux en train de dire que nous devons nous débarrasser de ces formes de soutien; il y a toujours une solution qui deviendrait de moins en moins envisageable à mon avis¹⁶².

A la section 3.8, nous savons examiner certaines questions que les témoins ont soulvées au sujet du contenu canadien. Dans la présente section, nous aborderons des suggestions concernant les mesures que peut prendre le gouvernement fédéral. M. Glick de Google Inc. a établi une distinction à l'égard de la réglementation du contenu canadien, selon qu'elle s'applique à l'offre ou à la demande :

Nos plus grandes réussites sont en règle générale à l'heure actuelle acquises par des sociétés étrangères qui disposent du capital nécessaire pour investir dans le vol du produit ou du service. Mais ces acquisitions étrangères ne sont pas toujours forcément de mauvaises choses. Nous avons tendance à conserver les emplois créatifs dans le plan de l'emploi. Nous avons tendance à conserver une grosse emprise sur le marché ou du service. Mais ces acquisitions étrangères nous accorde une plus grande sécurité à retenir dans le pays le talent créatif¹⁶³.

Parallèlement, en ce qui concerne la propriété étrangère dans l'industrie des jeux, Ian Kelso, président-directeur général de l'Alliance interactive canadienne, a affirmé qu'elle pouvait avoir des effets positifs :

4.8 Contenu canadien

۴۷

Propriété étrangère

S'agissant de propriété étrangère, pluseurs témoins se sont opposés à l'assouplissement des restrictions imposées. Selon M. Pineau de la CAA :

[...] dans l'hypothèse où des entreprises étrangères seraient autorisées à prendre des participations dans notre secteur de la radiodiffusion, ou y entreraient de force, les règles et réglementations actuelles concernant la production et la distribution de contenu canadien pourraient voir confirmer leur validité dans la mesure où ces sociétés étrangères ne pourraient pas non plus concurrencer la production et la distribution de contenu canadien ou le gouvernement peut-il faire quelque chose pour empêcher cela ? Mais, si le CRTC prendrait pied sur un marché soumis déjà à un cadre réglementaire, il devrait être adapté à un nouvel environnement, les compagnies étrangères disposeront d'un argument de poids pour interner un procès au titre du chapitre 11 [de l'ALENA].

M. Pineau a expliqué une de ces raisons :

La question de savoir si l'insertion des étrangers avec le secteur des télécommunications aux investissements étrangers devrait faire l'objet d'un régime de protection temporaire a été posée dans le rapport du Comité consultatif sur les investissements étrangers. Ce rapport recommande que la protection soit limitée à une période de 10 ans et qu'elle ne concerne que les investissements dans les secteurs où l'étranger a un avantage concurrentiel marqué.

S'agissant de propriété étrangère, pluseurs témoins se sont opposés à l'assènement des restrictions imposées. Selon M. Pineau de la CCA :

D'autres organisations se sont exprimées en faveur du maintien des restrictions actuelles, soit IACTRA¹⁵⁵, la Writers Guild of Canada¹⁵⁶, l'Association des producteurs de films et de télévision¹⁵⁷, la Association canadienne de production de films et de télévision¹⁵⁸. Par ailleurs, plusieurs témoins voyaient des avantages possibles à l'accroissement un impact sur la culture et le contenu canadiens. On peut changer les règles canadiennes qui régissent la propriété étrangère en ce qui concerne les sociétés de télécommunications et les entreprises de cablodistribution. Ces entreprises sont principalement des distributeurs de contenu. Et on peut maintenir les règles qui régissent la propriété étrangère en ce qui concerne les stations de radio et de télévision et les chaînes spécialisées peuvent demeurer sous contrôle canadien. Cela permettrait aux distributeurs à forte intensité de capital d'accéder au capital étranger à moindre coût, tout en s'assurant que les producteurs de contenu soit canadiens.¹⁵⁹

150	Témoignages, Comité, réunion n° 14, 40 ^e législature, 3 ^e session, 11 mai 2010, 1115.	151	Témoignages, Comité, réunion n° 13, 40 ^e législature, 3 ^e session, 6 mai 2010, 1120.
152	Témoignages, Comité, réunion n° 15, 40 ^e législature, 3 ^e session, 13 mai 2010, 1215.		

Les accords conclus par le Canada en matière de commerce international entraînent peut-être une restriction de la liberté d'action du Canada en matière de politiques culturelles. Le chapitre 11 de l'ALENA [Accord de libre-échange nord-américain] reconnaît en effet aux investisseurs étrangers le droit d'actions le gouvernement canadien et de demander à être indemnisés des mesures, y compris celles prises par des organismes de régulation telles que le CRTC, qui estime contraires aux droits qu'ils sont garantis aux termes de l'ALENA. Le CCA s'inquiète beaucoup du fait que le gouvernement canadien a proposé l'adoption d'un tel mécanisme de règlement des différends dans le cadre des négociations globales actuellement en cours avec l'Union européenne¹⁵².

En plus de parler de ces traités, certains témoins ont exprimé des inquiétudes au sujet des négociations visant l'accord commercial relatif à la contrefaçon (ACRC) (voir la section 3.5.) et au sujet des accords de commerce extérieur. A ce sujet, M. Pineau de la Conférence canadienne des arts (CCA) a déclaré que :

Sur le même sujet, M. Barrack de l'Association canadienne de production de films a souligné que :
[...] le financement étranger accorde aux productions certifiées canadiennes a priori toutes les garanties à la base pour éviter renversées si nous mettons à jour nos politiques et nos programmes internationaux. Les traités de coproduction offrent un véritable soutien à la base pour atténuer environ 390 millions de dollars pendant la même période.

Le plus de 50 p. 100 pour atténir environ 390 millions de dollars pendant la même période. Nos activités de coproduction ont également subi des réductions considérablement diminué, passant de 407 à 196 millions de dollars entre 2001 et 2008. Nos activités de coproduction ont également subi des réductions considérablement diminué, passant de 407 à 196 millions de dollars entre 2001 et 2008. Selon nous, ces tendances à la baisse peuvent être renversées si nous mettons à jour nos politiques et nos programmes internationaux. Les traités de coproduction offrent un véritable soutien à la base pour atténuer environ 390 millions de dollars pendant la même période.

Sur le même sujet, M. Bishop de l'Association canadienne de production de films a souligné que :
[...] le financement étranger accorde aux productions certifiées canadiennes a priori toutes les garanties à la base pour éviter renversées si nous mettons à jour nos politiques et nos programmes internationaux. Les traités de coproduction offrent un véritable soutien à la base pour atténuer environ 390 millions de dollars pendant la même période.

En ce qui concerne l'investissement étranger, nous constatons que les traités de coproduction ne portent que sur les productions cinématographiques et télévisuelles. Ils sont dépassés et ont besoin d'être revisés. Nos traités de coproduction doivent englober tous les partenariats et d'investissements étrangers dans notre contenu¹⁵³. Nous avons besoin de partenariats et d'investissements étrangers dans notre contenu¹⁵³.

M. Bishop de marqué à déclaré que :
De plus, deux témoins ont souligné la question des traités de coproduction.

Il a été question, lors des témoignages, du rôle du gouvernement fédéral dans la négociation de traités. Come souligne les traités de l'OMPI sur la responsabilité des FSI.

- | | | |
|-----|---|--|
| 140 | M. Gaylor, documentariste de EyesSteelFilm, et M. Anderson d'OpenMedia.ca ¹⁴⁷ | considérent également qu'il sagit d'un pas dans la bonne direction même si le FMC soutient rarement les radiodiffuseurs traditionnels à leur dire. L'Association canadienne du logiciel du divertissement y est allée d'un commentaire similaire en proposant que davantage de fonds soient affectés au volet expérimental du FMC ¹⁴⁸ . |
| 141 | Témogénages, Comité, réunion n° 14, 40 ^e législature, 3 ^e session, 11 mai 2010, 1105. | Témogénages, Comité, réunion n° 16, 40 ^e législature, 3 ^e session, 25 mai 2010, 1215. |
| 142 | De son côté, l'ACTRA ¹⁴⁹ et la Writers Guild of Canada souhaitent qu'un fonds spécifique soit créé pour le contenu canadien en ligne, qui servirait financer des redévanances des fournisseurs de services Internet. | L'honorable James Moore, Communauté, « Le gouvernement du Canada célèbre le lancement du Fonds |
| 143 | Témogénages, Comité, réunion n° 11, 40 ^e législature, 3 ^e session, 29 avril 2010, 1135. | fractifaction=doc&DocID=CIM093013 (consulté le 10 juin 2010). |
| 144 | Témogénages, Comité, réunion n° 11, 40 ^e législature, 3 ^e session, 29 avril 2010, 1140. | Témogénages, Comité, réunion n° 7, 40 ^e législature, 3 ^e session, 15 avril 2010, 1130. |
| 145 | Témogénages, Comité, réunion n° 11, 40 ^e législature, 3 ^e session, 29 avril 2010, 1140. | Témogénages, Comité, réunion n° 14, 40 ^e législature, 3 ^e session, 11 mai 2010, 1110. |
| 146 | Témogénages, Comité, réunion n° 12, 40 ^e législature, 3 ^e session, 27 avril 2010, 1255. | Témogénages, Comité, réunion n° 10, 40 ^e législature, 3 ^e session, 4 mai 2010, 1230. |
| 147 | Témogénages, Comité, réunion n° 12, 40 ^e législature, 3 ^e session, 27 avril 2010, 1255. | Témogénages, Comité, réunion n° 10, 40 ^e législature, 3 ^e session, 27 avril 2010, 1145. |
| 148 | Témogénages, Comité, réunion n° 12, 40 ^e législature, 3 ^e session, 27 avril 2010, 1145. | M. Gaylor, documentariste de EyesSteelFilm, et M. Anderson d'OpenMedia.ca ¹⁴⁷ |

4.5 Le Fonds des médias du Canada

Pour conclure cette section, nous tenons à souligner la suggestion faite par Austral Media de confier la révision de la politique en matière de radiodiffusion à un comité d'experts indépendants, afin d'avoir une « nouvelle politique nationale qui soit adaptée à la réalité de notre environnement global et multiplexe ».¹⁴¹

Le même règlement devrait également appuyer aux sites Web américains. Il sera ainsi plus courtois de placer de la publicité sur Hulu, par exemple, si jamais ce service est offert au Canada. L'objectif devrait être de s'assurer que les annomceurs préfèrent les services qui appartiennent à des entrepreneurs canadiens et qui sont exploités par elles.¹⁴⁰

134	Témoignages, Comité, réunion n° 8, 40 ^e législature, 3 ^e session, 20 avril 2010, 1130.	
135	Témoignages, Comité, réunion n° 3, 40 ^e législature, 3 ^e session, 25 mars 2010, 1120.	
136	Témoignages, Comité, réunion n° 15, 40 ^e législature, 3 ^e session, 13 mai 2010, 1120.	
137	Témoignages, Comité, réunion n° 10, 40 ^e législature, 3 ^e session, 27 avril 2010, 1250.	
138	Témoignages, Comité, réunion n° 9, 40 ^e législature, 3 ^e session, 22 avril 2010, 1200.	
139	Témoignages, Comité, réunion n° 12, 40 ^e législature, 3 ^e session, 4 mai 2010, 1230.	

Il y a aussi des politiques que le gouvernement fédéral pourrait adopter. Par exemple, de son côté, Rogers Communications estime que la réglementation actuelle a bien servi les industries culturelles canadiennes. Toutefois, l'entreprise est proccupée par la décision du CRTC du 23 mars 2010 concernant la compensation pour la valeur des signaux de télévision locale des télévisions généralistes. De plus, l'entreprise fait la suggestion suivante :

En matière de ressources humaines, l'Association canadienne du logiciel de divertissement demande d'éliminer les obstacles à l'arrivée des travailleurs étrangers qui possèdent l'expérience et les compétences nécessaires dans le secteur du numérique. Les formalités en matière de visa de travail seraient trop lourdes actuellement.¹³⁹

Des entreprises comme Universal Music et Warner Music Canada attendent du gouvernement fédéral qu'il mette en place des mécanismes « pour favoriser l'innovation, encourager les investissements et protéger les créateurs ».

Cette mentionne dans la section 3.9, il a été également question de la neutralité d'internet lors de nos travaux. M. Geist¹⁴⁰ et M. Levy de Score Media Inc.¹⁴¹ demandent que des règles soient instituées afin que tout le contenu sur l'Internet soit sur un pied d'égalité et ne soit pas victime d'une limitation de l'accès en fonction du genre de contenu ou du logiciel utilisé. Le coordinateur d'OpenMedia.ca, M. Anderson, rapproche au Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) de ne pas surveiller adéquatement les fournisseurs de services Internet qui « gèrent » le trafic. Il demande l'élaboration d'une loi sur la neutralité de l'Internet.¹⁴²

Des entreprises qui oeuvrent dans le domaine de l'édition et des visuels demandent une meilleure protection des droits d'auteur pour les auteurs, les éditeurs et les travailleurs de l'industrie de la photographie. Des éditeurs comme Lone Pine Publishing s'attendent à une remunération raisonnable pour leur travail.¹⁴³

127	Témoignages, Comité, réunion n° 4, 40 ^e législature, 3 ^e session, 30 mars 2010, 1135.
128	Témoignages, Comité, réunion n° 4, 40 ^e législature, 3 ^e session, 30 mars 2010, 1115.
129	Témoignages, Comité, réunion n° 3, 40 ^e législature, 3 ^e session, 25 mars 2010, 1110.
130	Témoignages, Comité, réunion n° 11, 40 ^e législature, 3 ^e session, 29 avril 2010, 1150.
131	Témoignages, Comité, réunion n° 12, 40 ^e législature, 3 ^e session, 29 avril 2010, 1230.
132	Témoignages, Comité, réunion n° 13, 40 ^e législature, 3 ^e session, 6 mai 2010, 1145.

Lorsque les gens partent de fusionner les télécommunications et la radiodiffusion, ce qu'ils veulent dire, c'est qu'il faut éliminer les dispositions relatives à la radiodiffusion afin que nous n'ayons pas à boudiller lorsqu'e nous en venons à ces domaines difficiles afin qu'il constitue ou non la radiodiffusion. C'est un domaine très compliqué. Une bonne façon d'y arriver serait de fusionner les deux — se concentrer d'une fois que ce soit l'orientation adoptée par le pays.¹³³

Le législateur puise être effectué à breve échéance et constate aussi que :
 L'argument le plus souvent invoqué est que les secteurs de la radiodiffusion sont dans les secteurs de la radiodiffusion et des télécommunications. M. Lyman du Groupe Nordicité soutient qu'une telle modification toutefois être exprimées. M. Lyman du Groupe Nordicité soutient qu'une telle modification de télévision du Québec que le cadre législatif actuel ne reflète pas la convergence interactive canadienne.¹³² Le Groupe CIC¹³³, et l'Association des producteurs de films et du cinéma général sur les communications.¹²⁹ Il est clair également pour l'Alliance permanente à la Loi sur la radiodiffusion et la Loi sur les telecommunications pour ne faire de fixer une frontière entre les deux. M. Geist de l'Université d'Ottawa propose de télécommunications sont de plus en plus intiment liés et qu'il est difficile de résister à la tentation de vouloir réglementer l'internet de quelque manière que ce soit. Il faut plutôt créer des incitatifs pour encourager la production de contenu original sur le Web, notamment du contenu canadien. Cette position a été défendue avec force par M. Glick de Google Inc.¹²⁸

Deux courants de pensée existent sur cette question. Des témoins estiment qu'il faut résister à la tentation de vouloir réglementer l'internet de quelque manière que ce soit. Il faut plutôt créer des incitatifs pour encourager la production de contenu original sur le Web, notamment du contenu canadien. Cette position a été défendue avec force par M. Glick de Google Inc.¹²⁸

Lois et certains règlements qui ont une incidence sur la radiodiffusion et la production de contenus culturels.

4.4 Lois et règlements

Seul M. Glick de Google Inc. a exprimé certaines réserves sur une éventuelle stratégie numérique nationale. Il a insisté sur la nécessité d'une telle stratégie soit souple et ouverte s'adapte à l'évolution rapide qui touche le secteur numérique.¹²⁷

Des participants aux travaux du Comité ont proposé des changements à certaines lois et certains règlements qui ont une incidence sur la radiodiffusion et la production de contenus culturels.

De son côté, IACTRA estime que cette stratégie devrait obligatoirement comprendre les éléments suivants :

- des limites en matière de propriété étrangère;
- une augmentation des investissements en création de contenu;
- un cadre de réglementation modérée qui assure un volume de présentation au contenu canadien;
- de nouvelles lois sur le droit d'auteur qui permettent aux auditeurs d'avoir accès au produit tout en assurant une remunération équitable aux créateurs¹²¹.

Le Canada se sont prononcées en faveur de l'adoption d'une stratégie nationale au nom des scénaristes du Canada. Des incitatifs pour encourager la création d'œuvres numériques et la diffusion professionnelle d'œuvres numériques; en dégageant les crédits nécessaires à la création professionnelle d'œuvres numériques; en soutenir l'excellence d'entreprises canadiennes sur lesquelles repose la production nationale, avec les mesures d'incentive et de réglementation que cela suppose; et troisément appuyer diverses modifications à la Loi sur le droit d'auteur pour que la législation applicable permette aux créateurs de toucher une part équitable des revenus découlant de leurs créations¹²².

La Conférence canadienne des arts affirme que l'éaboration d'une stratégie numérique nationale est indissociable de la mise à jour de la Loi sur le droit d'auteur¹²³. La promotion de la littératie numérique doit également en faire partie.

De leur côté, M. Paradiis du Groupe CIC et les dirigeants de OpenMedia.ca ont insisté sur l'importance que l'accès Internet à haute vitesse soit au cœur d'une telle stratégie¹²⁴.

M. Bishop de Marblemedia Inc. mentionne que la stratégie doit privilégier l'accès à un contenu professionnel numerique canadien distribué par « des services appartenant à des Canadiens ».

-
- | | |
|-----|---|
| 121 | Témoignages, Comité, réunion n° 10, 40 ^e législature, 3 ^e session, 27 avril 2010, 1145. |
| 122 | Témoignages, Comité, réunion n° 13, 40 ^e législature, 3 ^e session, 6 mai 2010, 1115. |
| 123 | Témoignages, Comité, réunion n° 12, 40 ^e législature, 3 ^e session, 4 mai 2010, 1120. |
| 124 | Témoignages, Comité, réunion n° 15, 40 ^e législature, 3 ^e session, 13 mai 2010, 1120. |
| 125 | Témoignages, Comité, réunion n° 11, 40 ^e législature, 3 ^e session, 29 avril 2010, 1230. |
| 126 | Témoignages, Comité, réunion n° 14, 40 ^e législature, 3 ^e session, 11 mai 2010, 1115. |
-

Le Groupe Nordique s'est particulièrement intéressé au contenu d'une éventuelle stratégie numérique nationale. L'entreprise a rendu public en septembre 2009 un document de discussion intitulé *Towards A National Digital Strategy* qui vise à susciter des débats sur cet enjeu. Peter Lyman, associé au sein de l'entreprise, a mentionné qu'une telle stratégie devait s'adapter à la réalité canadienne. Elle devait s'articuler sur trois enjeux : les technologies de l'information et des télécommunications, le domaine culturel et les ressources humaines et la formation.

M. Geist de l'Université d'Ottawa affirme également que le Canada accuse du retard par rapport aux autres pays dans ce domaine. Une telle stratégie s'articulerait principalement sur le développement des compétences et les enjeux relatifs au droit d'auteur dans l'économie numérique. M. Geist propose de financer la mise en œuvre d'une telle stratégie par les revenus très de la vente aux enchères du spectacle de radiodiffusion libéré par la transition au numérique.¹²⁰

Le président de l'ONF, M. Peter Müller, s'est fait le promoteur de cette idée depuis plus d'un an. Il en avait d'ailleurs fait mention au moment de sa comparution l'an dernier, lors de l'étude du Comité sur l'avènement de la télévision locale au Canada. Il en a dénoté au fait le thème central de son allocution lors de son témoignage du 29 avril 2010.¹²¹ Il a tenu à rappeler que la Grande-Bretagne, la France et l'Australie avaient déjà adopté de telles stratégies.

Le Comité a été à même de constater qu'il y a un large consensus chez les témoins entendus sur la nécessité que le Canada se dote d'une stratégie numérique nationale.

4.3 La stratégie numérique nationale

L'Association des bibliothèques de recherche du Canada (ABRC) a tenu essentiellement le même langage que Bibliothèque et Archives Canada. La numérisation du patrimoine documentaire canadien suscite beaucoup d'intérêt chez les membres de l'ABRC. L'accès des Canadiens à leur histoire s'en trouvera facilité. Toutefois, l'ABRC a insisté sur le fait que le gouvernement du Canada devait jouer un rôle de leader et investir davantage dans la numérisation du patrimoine documentaire du Canada.¹²²

Occasion privilégiée de rapprocher les Canadiens de leur patrimoine documentaire. Pour relever ces défis, M. Caron favorise le développement d'un réseau pancanadien de dépôts numériques fixes (des chambres fortis virtuelles) où les ressources produites en format numérique peuvent être stockées et diffusées à court et à moyen terme.¹²³

-
- | | | | | | | | |
|-----|-------------|-----|---|-----|---|-----|---|
| 117 | Ibid, 1120. | 118 | Témoignages, Comité, réunion n° 16, 40 ^e législature, 3 ^e session, 25 mai 2010, 1120. | 119 | Témoignages, Comité, réunion n° 11, 40 ^e législature, 3 ^e session, 25 avril 2010, 1135. | 120 | Témoignages, Comité, réunion n° 3, 40 ^e législature, 3 ^e session, 25 mars 2010, 1115. |
|-----|-------------|-----|---|-----|---|-----|---|

M. Caron de Bibliothèque et Archives Canada a tenu à souligner qu'il y a une surabondance d'information à sauvegarder. Les fonds d'archives, qui étaient auparavant désoeuvratis sous la forme de clés de mémoire USB¹¹⁶. Par ailleurs, arrivent composés de boîtes remplies de livres, d'images, et de documents papier, arrivent des organismes, Comité, réunion n° 3, 40^e législature, 3^e session, 25 mars 2010, 1110.

114 *Témoignages, Comité, réunion n° 3, 40^e législature, 3^e session, 25 mars 2010, 1110.*
 115 *Ibid.*
 116 *Témoignages, Comité, réunion n° 12, 40^e législature, 3^e session, 4 mai, 2010, 1110.*

en ligne qui offre à la population canadienne un accès direct à plus de 1000 titres de sa matière de libération de contenu. En janvier 2009, l'ONF a lancé l'Espace de visionage comme constaté dans la section 2.2, l'ONF a été particulièrement novateur en matière de libération de contenu. En effet, l'Espace de visionage comprend notamment une collection audiovisuelle.

117 *Témoignages, Comité, réunion n° 3, 40^e législature, 3^e session, 25 mars 2010, 1110.*
 118 *Témoignages, Comité, réunion n° 3, 40^e législature, 3^e session, 25 mars 2010, 1110.*
 119 *Témoignages, Comité, réunion n° 3, 40^e législature, 3^e session, 25 mars 2010, 1110.*

Comme constaté dans la section 2.2, l'ONF a été particulièrement novateur en matière de libération de contenu. En effet, l'Espace de visionage comprend notamment une collection audiovisuelle.

114 *Témoignages, Comité, réunion n° 3, 40^e législature, 3^e session, 25 mars 2010, 1110.*
 115 *Témoignages, Comité, réunion n° 3, 40^e législature, 3^e session, 25 mars 2010, 1110.*
 116 *Témoignages, Comité, réunion n° 3, 40^e législature, 3^e session, 25 mars 2010, 1110.*

Les ministères et organismes fédéraux ont vu leurs activités littéralement transformées par l'expansion des technologies pour faciliter l'accès à l'information avec ses citoyens.

117 *Témoignages, Comité, réunion n° 3, 40^e législature, 3^e session, 25 mars 2010, 1110.*
 118 *Témoignages, Comité, réunion n° 3, 40^e législature, 3^e session, 25 mars 2010, 1110.*
 119 *Témoignages, Comité, réunion n° 3, 40^e législature, 3^e session, 25 mars 2010, 1110.*

Les ministères et organismes fédéraux ont lancé des initiatives pour faciliter l'accès à l'information avec ses citoyens.

120 *Témoignages, Comité, réunion n° 3, 40^e législature, 3^e session, 25 mars 2010, 1110.*
 121 *Témoignages, Comité, réunion n° 3, 40^e législature, 3^e session, 25 mars 2010, 1110.*
 122 *Témoignages, Comité, réunion n° 3, 40^e législature, 3^e session, 25 mars 2010, 1110.*

L'expansion des médias numériques a transformé différents secteurs de la société canadienne. Certaines institutions fédérales chargées de la diffusion du contenu canadien et de la préservation de la mémoire canadienne doivent transformer leurs fonctions. Plusieurs témoins présentent l'évolution d'une stratégie numérique nationale pour coordonner les actions dans ce domaine. D'autres témoins proposent également de révoir le cadre législatif actuel, qui ne correspondrait plus à l'univers technologique d'aujourd'hui.

123 *Témoignages, Comité, réunion n° 3, 40^e législature, 3^e session, 25 mars 2010, 1110.*
 124 *Témoignages, Comité, réunion n° 3, 40^e législature, 3^e session, 25 mars 2010, 1110.*
 125 *Témoignages, Comité, réunion n° 3, 40^e législature, 3^e session, 25 mars 2010, 1110.*

4.1 Introduction

CHAPITRE 4 : MÉDIAS ÉMERGENTS

ET NUMÉRIQUES : LE RÔLE DU GOUVERNEMENT FÉDÉRAL

Les moyens que les fournisseurs de service Internet et fournisseurs de service sans fil ont de contrôler l'accès à Internet, soit en raison de leur intégration verticale, soit par le biais d'accords de grèves sociales qui leur procurent un accès prioritaire, soit pour nous une source de préoccupation. Si nous souhaitons, dans l'univers de ces nouveaux médias, préserver la diversité de voix authentiquement canadiennes, on ne peut pas subordonner l'accès à Internet au droit à la propriété [13].

Parmi eux figuraient M. Gest de l'Université d'Ottawa [10], Google Inc. [11], OpenMedia.ca [12] et M. Levy de Score Media Inc. comme l'a dit ce dernier :

Le Comité a entendu plusieurs témoins dire qu'un Internet ouvert où tout le contenu est traité équitablement — la société néticale d'Internet — est essentiel à la mise au point de médias numériques et émergents.

Le Comité a entendu plusieurs témoins dire qu'un Internet ouvert où tout le contenu est traité équitablement — la société néticale d'Internet — est essentiel à la mise au point de médias numériques et émergents.

3.9 Internet ouvert

Certaines témoins jugeaient inquiétant que le contenu canadien soit numérisé par des entreprises étrangères. Citions à titre d'exemple l'initiative de livres de Google Inc. Come l'a souligné M. Gest de l'Université d'Ottawa : « L'initiative de Google est une excellente initiative, mais si la seule source de numérisation importante est Google, cela pose un problème [18]. » Ensuite, président de l'Association des bibliothécaires de recherche du Canada, a déclaré que lorsqu'il s'agit de la numérisation de Canada : « Nous ne voulons pas un fascicule à la Google, où il faudrait numériser notre patrimoine et ensuite le racheter. Nous voulons éviter cette situation dans la mesure du possible [19]. »

Par les Canadiens ait priorité sur nos réseaux à large bande [10] ». nationale des médias numériques devrait « assurer que le contenu professionnel créé

9-3

Je vais vous parler tout de suite de l'une de nos grandes réussites au Canada francophone. Il y a trois ans, les éditeurs ont réagi à cette situation en développant très rapidement une plateforme numérique. On s'est rendu sur l'idée d'une plateforme collective et on a essayé de développer très rapidement une offre numérique francophone pour tout le Canada par l'entremise d'un aggregateur. Il était prévu que celle-ci soit au Québec, qu'il soit soumis aux lois canadiennes et qu'il comporte un modèle d'affaires. Tout le monde nous parle de new business model. Or, c'est ce que nous avons développé. Il sagit d'un modèle d'agence qui permet aux éditeurs de conserver la qualité des œuvres, l'intégrité, le respect des contrats qu'ils ont conclus avec leurs auteurs et des œuvres, mais qui leur permet de vendre leurs œuvres à la valeur des œuvres.¹⁰¹

Etant donné le manque de réglementation régissant la diffusion dans les médias numériques et émergents, certains témoins se sont interrogés sur l'avenir du contenu canadien. Comme nous l'avons vu, nombre de témoins, dont ceux de l'ONF, de Corpus Entertainment, Score Media Inc., ont décri comment ils ont réussi à rendre le contenu canadien accessible au monde. Ainsi, selon M. Geist de l'Université d'Ottawa : « Pour ce qui est de promouvoir le contenu canadien, reconnaissons qu'il y a une quantité sans précédent de contenu canadien en ligne¹⁰². » M. Glück de Google Inc. a aussi parlé de la vaste quantité de contenu canadien sur des sites de mise en commun de vidéos comme YouTube¹⁰³.

Youtube est effectivement un moyen bon marché de distribuer un contenu directement aux consommateurs sans passer par l'intermédiaire du radiodiffuseur, et les membres de notre association s'intéressent de plus en plus à ce moyen d'entrer directement en contact avec l'auditoire. Cela dit, un contenu plus à la radiofrequenç, et les membres de notre association sans doute du même état d'esprit que celles des professionnels. Or, sans l'aide du gouvernement, les Canadiens seront cantonnés dans cette énorme production assurées par des professionnels. Les Canadiens meritent mieux que cela. Quantité de contenus produits par des professionnels américains et diffusés en ligne.¹⁰⁴

- | | |
|-----|---|
| 101 | Témoignages, Comité, réunion n° 7, 40 ^e législature, 3 ^e session, 15 avril 2010, 1125. |
| 102 | Témoignages, Comité, réunion n° 3, 40 ^e législature, 3 ^e session, 25 mars 2010, 1215. |
| 103 | Témoignages, Comité, réunion n° 4, 40 ^e législature, 3 ^e session, 30 mars 2010, 1115. |
| 104 | Témoignages, Comité, réunion n° 12, 40 ^e législature, 3 ^e session, 4 mai 2010, 1130. |
| 105 | Témoignages, Comité, réunion n° 10, 40 ^e législature, 3 ^e session, 27 avril 2010, 1145. |
| 106 | Témoignages, Comité, réunion n° 11, 40 ^e législature, 3 ^e session, 29 avril 2010, 1225. |

Mme Côté de l'Association nationale des éditeurs de livres a donné un exemple du genre de réaction rapide parfois nécessaire pour élaborer des nouveaux modèles d'affaires. Ainsi, face à la montée des livres électroniques offerts par les entreprises étrangères et les faibles prix pratiqués par ces dernières, les éditeurs de langue française ont mis au point leur propre système :

D'autres témoins ont décrit les mesures qu'ils prennent pour élaborer des nouveaux modèles d'affaires. Ainsi, Mme Gilliland de Universal Music Canada a parlé de ce que fait sa compagnie : les contrats de licence, son utilisation des médias sociaux dans le cadre de ses activités de marketing et de promotion et sa diversification dans des domaines comme des sites Web d'artistes et des clubs d'admirateurs, des produits musicaux à valeur ajoutée et des billets de concert¹⁰⁰.

M. Englehardt de Rogers Communications Inc. a abondé dans le même sens, disant que : « Nous pensons que même si une grande partie de la diffusion se fait sur internet mensuel. C'est le moyen d'internet, le modèle opérationnel restera celui de l'abonnement mensuel. »

« Nous pensons que même si nous manifesteront une certaine volonté à payer pour du contenu⁹⁸, » soutient en train de changer, il manifeste une certaine volonté à payer pour du contenu⁹⁸. » Les éléments qui entrent en ligne de compte dans la création de modèles d'affaires fructueux sont la remunération des créateurs pour leur travail. Certains témoins nourrissent de l'espoir à cet égard. M. Dörsken, de Mobivo Inc., a déclaré que « Les consommateurs sont en train de changer, ils manifestent une certaine volonté à payer pour du contenu⁹⁸. »

Ainsi que souligne précédemment, de nombreux témoins ont déclaré qu'un des éléments qui entrent en ligne de compte dans la création de modèles d'affaires fructueux est la remunération des créateurs pour leur travail. Certains témoins nourrissent de l'espoir à cet égard. M. Dörsken, de Mobivo Inc., a déclaré que « Les consommateurs sont en train de changer, ils manifestent une certaine volonté à payer pour du contenu⁹⁸. »

Plusieurs témoins ont signalé combien il est difficile d'obtenir du financement notamment l'Association canadienne du logiciel de divertissement⁹⁶ et l'Alliance numérique - Réseau de l'industrie numérique du Québec⁹⁷.

Nous n'avons pas besoin de protection, mais d'encouragement à devenir journaliste⁹⁵. Nous continuons à expérimenter pour trouver le bon modèle économique. Nous avons besoin de fonds pour assurer le succès du numérique, pas d'encouragement à créer un journal.

M. Anders a ensuite ajouté que des entreprises comme la sienne ont besoin de soutien pendant qu'elles mettent au point le modèle d'affaires qu'il connaît :

Le financement gouvernemental, s'il est abondant, semble hors d'atteinte, ce qui est frustrant. Par exemple, après avoir examiné au moins 70 programmes différents de subventions, The Mark a constaté qu'il est admissible à très peu d'entre eux⁹⁴.

⁹⁴ Subventions, The Mark a constaté qu'il est admissible à très peu d'entre eux⁹⁴.

94 Témoignages, Comité, réunion n° 7, 40^e législature, 3^e session, 15 avril 2010, 1130.

95 Ibid.

96 Témoignages, Comité, réunion n° 12, 40^e législature, 3^e session, 4 mai 2010, 1235.

97 Témoignages, Comité, réunion n° 14, 40^e législature, 3^e session, 11 mai 2010, 1210.

98 Témoignages, Comité, réunion n° 11, 40^e législature, 3^e session, 29 avril 2010, 1220.

99 Témoignages, Comité, réunion n° 14, 40^e législature, 3^e session, 11 mai 2010, 1125.

100 Témoignages, Comité, réunion n° 9, 40^e législature, 3^e session, 22 avril 2010, 1155.

- | | |
|----|---|
| 88 | Témoignages, Comité, réunion n° 16, 40 ^e législature, 3 ^e session, 25 mai 2010, 1240. |
| 89 | Témoignages, Comité, réunion n° 15, 40 ^e législature, 3 ^e session, 13 mai 2010, 1125. |
| 90 | ibid., 1225. |
| 91 | ibid., 1215. |
| 92 | ibid., 1220. |
| 93 | Témoignages, Comité, réunion n° 15, 40 ^e législature, 3 ^e session, 13 mai 2010, 1125. |

En quatrième de représentant d'une communauté dynamique d'entreprises commerciales, je peux vous dire que la vie est dure sur le terrain. Il est très difficile de financer les nouvelles entreprises, surtout dans le monde des médias et de la formation. L'offre de capital-risque est à son niveau le plus bas depuis plusieurs décennies.

Lors de sa comparution devant le Comité, Jeff Anders, président-directeur général de The Mark News, a expliqué qu'il met à l'essai des nouveaux modèles d'affaires afin de créer un service de presse innovateur. Il a décrit certaines des difficultés et cofondateur de The Mark News, a explique qu'il met à l'essai des nouveaux modèles d'affaires afin de créer un service de presse innovateur. Il a décrit certaines des difficultés qu'il a rencontrées :

Le Comité a également entendu que les médias numériques et émergents font qu'il est possible pour de petites entreprises de réussir sur la scène internationale. M. Levy de Score Media Inc., a signalé que : « Dans cet univers de nouveaux médias, le développement organisé et structuré d'un environnement où, avec un peu de créativité, des petites entreprises telles que Score Media peuvent créer une entreprise mondiale ».

Sylvie Coutefmaniche, vice-présidente des Relations gouvernementales chez Corsu Entreprises, reconnaît la difficulté que présente l'élaboration d'un nouveau modèle d'affaire lorsqu'elle déclare que : « Aujoud'hui, on n'a aucune idée du plan d'affaires, personnes ne le connaît, mais on sait qu'en doit prendre des risques et s'essayer⁸⁹ ». Son collègue, M. Maravara, a rajouté que : « Nous devons pouvoir expérimenter, innover et réagir promptement pour saisir les nouvelles occasions. C'est notre seul moyen de découvrir ce que les consommateurs aiment et n'aiment pas⁹⁰. » Il s'est également déclaré convaincu que les marchés étrangers sont cruciaux⁹¹. Pour accroître la concurrence à l'échelle internationale et que les marchés étrangers soient cruciaux⁹², Mme Coutefmaniche a affirmé que le gouvernement devrait encourager « la création d'entreprises plus grandes et plus fortes⁹² ».

[...] il existe dorénavant une opposition entre les modèles d'entreprise traditionnelles et les nouveaux modèles. Je fais notamment allusion au modèle dit de la longue chaîne pour la distribution de certains produits, notamment les produits culturels. Il y a donc ces nouveaux modèles d'entreprises qui s'opposent de manière assez brutale aux modèles nouveaux modèles d'entreprises qui s'opposent de manière assez brutale aux modèles appliqués jusqu'ici.⁸⁸

M. Jenkins, d'Open Text Corporation, a aussi commenté les changements qui ont une incidence sur les modèles d'affaires :

- | |
|---|
| <p>De nombreux fructueux temoins ont parlé du défi que présente l'élaboration de modèles d'affaires pour les médias numériques et émergents. M. Pineau, de la Conférence canadienne des arts, a exprimé les vues de nombreux témoins lorsqu'il a affirmé que : « L'arrivée des technologies numériques a changé le paysage culturel et la relation des institutions avec leurs publics. L'interactivité bouleverse les modèles d'affaires et modifie les modes de consommation des produits culturels⁸⁷. »</p> |
| 83 |
| ibid., 1125. |
| 84 |
| Témoignages, Comité, réunion n° 14, 40 ^e législature, 3 ^e session, 11 mai 2010, 1115. |
| 85 |
| Témoignages, Comité, réunion n° 13, 40 ^e législature, 3 ^e session, 6 mai 2010, 1200. |
| 86 |
| Témoignages, Comité, réunion n° 11, 40 ^e législature, 3 ^e session, 29 avril 2010, 1220. |
| 87 |
| Témoignages, Comité, réunion n° 15, 40 ^e législature, 3 ^e session, 13 mai 2010, 1202. |

3.7 Modèles d'affaires

Les droits au contenu ne sont pas pleinement exercables pour les monétiser en entier. Cela a, bien sûr, une incidence sur notre entreprise. Cela a une incidence sur les consommateurs canadiens, mais ce que cela signifie exactement, c'est la consommation illégale. Si vous ne pouvez pas obtenir ce que vous voulez d'une source légale et que vous souhaitez consommer le produit sur votre téléphone ou votre ordinateur, il existe une source illégale toute de ce contenu, et qui est relativement facile à utiliser et laisse de l'argent sur la table.⁶⁶

Une question connexe est celle des droits non utilisés. C'est-à-dire les droits qui sont utilisés mais n'utilisent pas. Dans une telle situation, selon Trevor DörekSEN, directeur général chez MoloBIVI Inc. :

Le pensee qu'il est important pour les entrepreneurs et les diffuseurs d'être en mesure d'acquérir des droits, parce que je pense qu'il est important de travailler en partenariat avec ces diffuseurs afin d'exploiter le mieux possible le contenu canadien dans une multitude de plates-formes. C'est ce que nous voulons. Nous voulons concilier ces ententes, mais elles doivent être équilibrées et justes et elles doivent assurer la conservation d'un secteur de production véritablement indépendant.⁸⁵

La question a également été soulevée par M. Bishop de marblomedia Inc. et par M. Barrack de l'Association canadienne de production de films et de télévision qui a déclaré :

Les radiodiffuseurs exigent des producteurs, sans augmentation de leur redévance, la reconnaissance de droits plus larges. Si, par exemple, un radiodiffuseur exploite une émission de télévision en permettant le téléchargement à partir de la Plate-forme iTunes, les radiodiffuseurs exigent des producteurs, sans augmentation de leur redévance, la reconnaissance de droits plus larges. Si, par exemple, un radiodiffuseur exploite une émission de télévision en permettant le téléchargement à partir de la Plate-forme iTunes, la plupart du temps c'est lui qui conserve le revenu qui en découlle, aucune part de ce revenu n'allant au producteur. Nous estimons qu'un accord devrait intervenir entre les radiodiffuseurs et les producteurs au niveau des termes de l'échange, car toute la valeur ajoutée par les radiodiffuseurs est le résultat de l'exploitation de leurs réseaux de diffusion et de leur partenariat avec les producteurs.

que :
 Plusieurs témoins ont souligné la question des conditions de commerce, soit les accords qui interviennent entre les producteurs indépendants et les diffuseurs. Mme Parker, de la Writers Guild of Canada, a affirmé qu'une stratégie nationale sur le nombre d'éditeurs doit appuyer des conditions de commerce qui permettent « aux créateurs de toucher une part équitable des revenus découlant de leur création⁸² ». Elle a expliqué que :
 [...] je crois que les éditeurs participeront avec plaisir de confiance aux activités numériques si elles sont protégées adéquatement. Il suffit pourvoir s'attarder à une forme numérique raisonnable, à une plus grande accessibilité à leur couvre en raison de sa remunerération équitable, à une plus grande possibilité à leur couvre en raison de sa remunerération raisonnante, à une plus grande possibilité à leur couvre en raison de sa remuneration équitable, en quelque sorte, à l'amélioration de leurs possibilités d'affaires. Les affaires d'un éditeur touchent ses écrivains, ses concepteurs, ses réviseurs et ses vendeurs, ainsi que les détaillants. Les retombées sont considérables, et il est important de protéger ces personnes, à mon avis.⁸³

Toutefois, selon M. Rollans de Longe Pine Publishing, les éditeurs seront plus portés à participer aux médias numériques et émergents si la propriété intellectuelle est protégée et si les éditeurs peuvent s'attarder à une certaine remunération. Il a déclaré que :

... Selon M. Geist, les créateurs peuvent être remunérés par le marché, payés parfois selon les modes habituels, tandis qu'à d'autres moments, ils cèderont leur propriété intellectuelle et seront payés d'autres façons. Il ajoute qu'en cas d'échec sur le marché, une licence collective peut être octroyée.⁸⁰

Comme nous avons pu le voir lors des témoignages sur les droits d'auteur, la remunération des créateurs est un enjeu important pour de nombreux témoins. La reproduction des créateurs, dont constitue les principaux sujets de préoccupation, appelle à la diffusion non autorisée de documents protégés par droit d'auteur, aussi selon les modes habituels, tandis qu'à d'autres moments, ils cèderont leur propriété intellectuelle et seront payés d'autres façons. Il ajoute qu'en cas d'échec sur le marché, une licence collective peut être octroyée.⁸⁰

3.6 Remunération des créateurs

Quelle est mon opinion sur la procédure d'avais et avis? Je suppose qu'elle pourrait être un outil didactique hors pair. Est-ce la solution au problème? Fonctionne-t-elle? Les�ats ont montre quelle est simple sans effet.⁷⁹
 1996 à l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle (OMPI) — aussi connus sous le nom de « traités de l'OMPI » — que le Canada n'a pas encore ratifiés. Un certain nombre de témoins sont d'avais que le Canada a ratifié ces traités. C'est le cas de M. Geist de l'Université d'Ottawa, de Google Inc., de la Writers Guild of Canada, de l'Association canadienne du logiciel de divertissement et Rogers Communications Inc.

Quelle est mon opinion sur la procédure d'avais et avis? Je suppose qu'elle pourrait être un outil didactique hors pair. Est-ce la solution au problème? Fonctionne-t-elle? Les�ats ont montre quelle est simple sans effet.⁷⁹

- 79 Ibid., 1230.
- 80 Témogénages, Comité, réunion n° 3, 40^e législature, 3^e session, 25 mars 2010, 1140.
- 81 Témogénages, Comité, réunion n° 8, 40^e législature, 3^e session, 20 avril 2010, 1130.
- 82 Témogénages, Comité, réunion n° 12, 40^e législature, 3^e session, 4 mai 2010, 1120.

M. Englehardt a aussi évoqué l'Accord commercial relatif à la contrepartie (ACRC) que le gouvernement du Canada est en voie de négocier avec ses partenaires internationaux, notamment l'Australie, les membres de l'Union européenne, le Japon, la Nouvelle-Zélande et les États-Unis. Selon le gouvernement du Canada, l'ACRC « aurait précisément pour objectif d'établir des normes internationales pour faire respecter les droits de propriété intellectuelle, afin de permettre une lutte plus efficace contre le problème propres à l'industrie culturelle, alors que pose la contrepartie et le piratage⁷⁶. » En réponse aux questions de nos clients.

Comme bien d'autres fournisseurs d'accès Internet, les négociations de l'ACRC nous détaillent comment l'accord est censé protéger sur la contrepartie, mais il semble aller bien au-delà pour s'attaquer aux fournisseurs d'accès Internet de téléchargeement qui sont légal et ce qui ne l'est pas. L'idée de déroger résilier le contrat de service en vertu d'une règle des trois fautes nous fait hurler. Nous ne voulons absolument pas faire ce genre de choses. Je compatis beaucoup avec les détenteurs de droits d'auteur qui estiment que leur contenu est volé. C'est un problème énorme. Par contre, je ne voudrais pas que, pour les défendre, on force les fournisseurs d'accès Internet à débrancher leurs clients ou à contribuer à leur incapacité à accéder à Internet⁷⁷.

En revanche, M. Henderson de l'Association de l'industrie canadienne dénigre l'approche [la méthode d'« avis et avis »]. Il a en outre exprimé des doutes au sujet de l'efficacité de la méthode progressive⁷⁸. Il est une façon périlleuse de désigner ce qui est, en fait, une « réponse y eux, est une règle des trois fautes qui tient à la règle des « trois fautes », qui, à ses environs un avis au fournisseur d'accès Internet qui, à son tour, envoie un avis à l'autre du téléchargement. C'est tout. Les choses ne vont pas plus loin.

Certains pays, comme la France, se demandent si on ne devrait pas sanctionner le refus d'accepter un avis ou le fait de ne pas avoir modifié son comportement.

<p>Témoinages, Comité, réunion n° 14, 40^e législature, 3^e session, 11 mai 2010, 1135.</p> <p>Affaires étrangères et Commerce internationale Canada, « Accord commercial relatif à la contrepartie », http://www.international.gc.ca/trade-agreements-acaccords-commerciaux/intellectuel/protection.aspx?lang=fr, consulté le 8 juin 2010.</p>	<p>Témoinages, Comité, réunion n° 9, 40^e législature, 3^e session, 22 avril 2010, 1260.</p>
<p>Témoinages, Comité, réunion n° 14, 40^e législature, 3^e session, 11 mai 2010, 1140.</p>	<p>Témoinages, Comité, réunion n° 14, 40^e législature, 3^e session, 11 mai 2010, 1140.</p>

70	<i>ibid.</i> , 1235.	
71	<i>ibid.</i> , 1240.	
72	Témoignages, Comité, réunion n° 3, 40 ^e législature, 3 ^e session, 25 mars 2010, 1155.	
73	<i>ibid.</i> , 1115.	
74	<i>ibid.</i> , 1130.	

[C]ette mesure a permis de mettre un terme à bien des téléchargements illégaux. Les clients en sont désormais conscients. Ce peut être l'œuvre d'un adolescent, et parfois même à régulier message et lui a dit d'arrêter.

Kenneth Englehardt, vice-président principal à la Réglementation chez Rogers Communications Inc., soucrit lui aussi à la méthode d'« avis et avis » et si en juge par l'expérience de son entreprise :

A mon avis, [le régime d' « avis et avis »] en vigueur dans d'autres pays s'est révélé très problématique. Et je crois encore, le modèle que certains pays ont commencé à expérimenter et qui consiste à exclure littéralement les gens d'internet après trois infractions me paraît totalement disproportionné.⁷⁴

L'autre question soulevée par les témoins à propos du droit d'auteur a trait à la responsabilité des fournisseurs de services Internet (FSI) lorsqu'il y a atteinte au droit d'auteur. M. Geist a expliquée la méthode actuelle d' « avis et avis », qui est utilisée lorsque quelqu'un enfreint le droit d'auteur. « Il sagit, pour le détenteur du droit d'auteur, d'enroger une notification au fournisseur d'accès Internet qui a alors l'obligation de transmettre cette notification à l'abonne. Ces notifications sont efficaces⁷⁵. » Il résulte évidemment de cette approche que les utilisées pour traiter les cas de violation du droit d'auteur : une notification au fournisseur d'accès Internet qui a alors l'obligation de transmettre cette notification à l'abonne. Ces notifications sont efficaces⁷⁵. » Il résulte évidemment de cette approche que les utilisées pour traiter les cas de violation du droit d'auteur : une notification au fournisseur d'accès Internet qui a alors l'obligation de transmettre cette notification à l'abonne. Ces notifications sont efficaces⁷⁵.

3.5.5 Responsabilité du fournisseur de services Internet

M. Geist de l'Université d'Ottawa a pour sa part exprimé le point de vue suivant : « Je pense qu'une personne qui a acheté un CD devrait avoir le droit de transférer cette musique sur son iPod sans payer de redevance⁷⁶ ».

C'est aussi l'avis de Charile Miller, directeur du Digital Business Development chez Warmer Music Canada, qui estime que les redevances ne servent pas l'objectif de l'industrie qui vise à découvrir ceux qui se livrent au piratage de musique : « Lorsqu'il est possible, à partir de n'importe quel clavier, d'accéder sur n'importe quel site à n'importe quel moment pour télécharger ce que vous voulez, une redevance sur les dispositifs de stockage ne règle pas le problème sous-jacent de comportement⁷⁷ ».

La précise sa pensée en ces termes : « [nous n'appuyons pas des redevances qui balançissent une musique acquise par des moyens illégaux et ainsi legalisent les copies [...] ce qui aurait pour effet de détruire notre marché⁷⁸ ».

- 64 *Ibid.*, 1140.
- 65 *Ibid.*, 1135.
- 66 Temoignages, Comité, réunion n° 7, 40^e législature, 3^e session, 15 avril 2010, 1145.
- 67 Temoignages, Comité, réunion n° 10, 40^e législature, 3^e session, 27 avril 2010, 1150.
- 68 *Ibid.*, 1215.
- 69 Temoignages, Comité, réunion n° 9, 40^e législature, 3^e session, 22 avril 2010, 1230.

En revanche, Graham Henderson, président de l'Association de l'industrie canadienne de l'énergie, s'oppose à l'idée d'une redévance parce que, selon lui, « notre but est d'établir [...] un marché florissant de la musique numérique au Canada, qui permettra à tous les joueurs d'être justement rémunérés. Nous croyons qu'aucun système de redévançages ne pourra jamais remplacer un tel marché ».⁶⁹ En réponse aux questions, il

[...] ce moyen est économique. De plus, il permet le changement de support, ce qui signifie que les consommateurs peuvent utiliser le contenu sur de multiples plateformes. Dans ce nouvel environnement numérique, ce moyen offre tout ce qu'une personne pourrait vouloir dans un système.⁶⁸

Plusieurs témoins ont parlé d'entreprises ayant des difficultés avec la copie privée. C'est privée, actuellement perçue sur les cassettes audio vires et les disques compacts enregistrables vires, aux baladeurs numériques MP3. C'est l'idée défendue par la Writers Guild of Canada et par l'ACTRA, qui y voient une fragon d'indemniser les créateurs. Stephen Waddell, directeur général national, a fait valoir que « [...] ce nest pas un nouveau droit. Il s'agit simplement de mettre à jour quelque chose qui existe déjà. Si le gouvernement n'etend pas la perception des redévançages pour la copie privée, alors, le gouvernement prend de l'argent dans les poches des artistes ».⁷⁰ En réponse aux questions, il a innové d'autres arguments, à savoir que :

3.5.4 Redevance sur la copie pour usage privé

Sur la question de la création d'une exemption applicable aux utilisations à des fins expressément pédagogiques, M. Rollans de Lone Pine Publishing a déclaré qu'« une exception concerne le milieu de l'enseignement casserait sans aucun doute les prix du secteur de l'édition scolaire ». Me Gilté de l'Association nationale des éditeurs de livres, a elle aussi abondé dans le même sens, lorsqu'elle a dit : « nous avons la conviction qu'il possiblement de circuler. Nous sommes persuadés que ça affabillerait sérieusement la production canadienne-française, précisément ».⁶⁶

Nous n'avons pas les ressources financières et humaines nécessaires pour prouver, au cas par cas, que tel organisme a été ou mal interprété l'utilisation équitable.⁶⁴

Nous sommes persuadés qu'élargir l'utilisation équitable, en plus de provoquer une confusion certaine chez les utilisateurs de la périphérie face aux actuelles exceptions, serait dramatique — excusez le jeu de mots — pour les auteurs et pour notre petit organisme vué à la défense de leurs droits.

<p>D'un côté, certains témoins, comme M. Geist de l'Université d'Ottawa, M. Glick de Google Inc. et M. Gaynor de EyeSteelFilm Inc., ont plaidé en faveur d'un élargissement de la liste des activités considérées comme étant une utilisation équitable. M. Geist a nous reconnaissons tous, actuellement, que cela pose un problème. Des activités courantes comme l'enregistrement de missions de télévision ou le changement de support ne sont pas couvertes. Cela n'inclut pas certaines activités artistiques comme les performances de théâtre, les spectacles de danse ou les expositions. La solution que je propose serait que je crois simple et directe, consiste à ajouter les mots « telles que » afin que la liste des utilisations équivalentes soit donnée à titre d'exemple au lieu d'être limitative, ce qui favoriserait sans compromettre l'équité, ce qui est crucial.⁶²</p>	<p>Plusieurs témoins rejettent toutes fois cette idée. A leurs yeux, la création d'une liste indicative créerait de l'ambiguité et engagerait les créateurs dans des intérêmes litigieux. Voici comment Rosalie Levy, avocate générale et directrice de la Politique des affaires extérieures chez Access Copyright, a justifié les préoccupations entretenues au sujet d'un possible élargissement de l'utilisation équitable transformé en pratique.</p> <p>L'ajout des mots « telles que » à la liste actuelle sur l'utilisation équitable transformait cette liste exhaustive de cinq fois en liste indiscutable. Il sagirait d'un changement considérable des dispositions canadiennes actuelles en matière d'utilisation équitable. Ce changement ne serait ni simple ni cumulatif, comme l'a souligné certains défenseurs d'une ouverture à cet égard.</p>
<p>Effecitivement, l'élargissement de la notion d'utilisation équitable [...] donne aux tribunaux où tout le monde est perdant puisque tout devient incertain et malgré à litiges coûteux. Laissez-moi vous expliquer pourquoi. L'ajout des mots « telles que » crée une situation le pourvoir de trancher une question qui devrait être déterminée par le Parlement.⁶³</p>	<p>Plusieurs autres témoins ont fait écho à ses préoccupations, notamment la Société québécoise des auteurs dramatiques, auteur dramatique membre de la Société québécoise des auteurs dramatiques, a et autrice dramatique membre de la Société québécoise des auteurs dramatiques, a déclaré ce qu'il suit :</p>
<p>Témoliages, Comité, réunion n° 3, 40^e législature, 3^e session, 25 mars 2010, 115.</p>	<p>Témoliages, Comité, réunion n° 8, 40^e législature, 3^e session, 20 avril 2010, 115.</p>
<p>62</p>	<p>63</p>

- 58 Temoignages, Comité, réunion n° 8, 40^e législature, 3^e session, 20 avril 2010, 1130.
- 59 Temoignages, Comité, réunion n° 12, 40^e législature, 3^e session, 4 mai 2010, 1255.
- 60 Temoignages, Comité, réunion n° 12, 40^e législature, 3^e session, 4 mai 2010, 1225.
- 61 Gouvernement du Canada, « La modernisation du droit d'auteur : Questions et réponses », <http://strategy.gc.ca/eic/site/crp-prd.nsf/fra/lp0153.htm>, consulté le 8 juin 2010.

A l'heure actuelle, l'utilisation équitable des œuvres protégées est limitée aux cinq activités suivantes : la recherche, l'étude personnelle, la publication de reportages, la critique et l'examen.⁶¹

L'utilisation équitable est une disposition de longue date de la Loi sur le droit d'auteur qui permet l'utilisation d'œuvres protégées d'une manière qui apporte des avantages à la société sans porter indûment atteinte aux titulaires du droit d'auteur.

« Utilisation équitable ? Voici ce que dit à ce sujet le site Web du gouvernement du Canada ! Utilisation équitable les soulève la question de l'utilisation équitable. Qu'est-ce que plusieurs témoins ont dit à ce sujet ?

3.5.3 Utilisation équitable

[...] On propose de s'assurer qu'il y aurait une déclaration claire [dans la Loi sur le droit d'auteur] selon laquelle ces fournisseurs d'outils de répertoire de contenu agissent illégalement et que, pour ceux qui choisissent de protéger leur contenu, la façon de contournier le contenu soit rendue illégale.⁶²

Brigette Doucet, directrice générale adjointe de l'Association des producteurs de films et de télévision du Québec, a elle aussi abordé la question des mesures de protection technologiques ainsi que celles des sites Web qui permettent l'échange illégal de fichiers. Voici ce qu'elle a dit à ce propos :

[Les] mesures de protection technologiques sont] des pierres angulaires de notre industrie. Elles ont beaucoup contribué à notre succès car elles nous permet d'élargir la gamme de nos produits. Si vous souhaitez obtenir la version dessai d'un jeu ou si vous souhaitez louer un jeu pour quelque temps seulement, ou l'acheter après coup, ces mecanismes vous permettent de choisir.⁶³

En ce qui concerne les moyens techniques pour protéger le contenu, M. Kee de l'Association canadienne du logiciel de divertissement a expliquée l'utilisation que font les fabricants de logiciels de divertissement des mesures de gestion des droits numériques, aussi connues sous le nom de mesures de protection contre le piratage, ces mesures servent à différencier les produits. Il a résumé la situation en ces termes :

[Si] le Canada veut se démarquer en tant que chef de file dans l'économie numérique, je crois qu'il doit parvenir à la voie à la protection des droits d'auteur pour les producteurs de ressources originales. Cela comprend les œuvres, les artistes visuels et les éditeurs, qui sont les créateurs de ces ressources. Si les producteurs ont des droits d'auteur très peuvent se fier aux règles du marché, je crois qu'ils deviendront des participants très enthousiastes.⁶⁴

En fait, selon Darlene Gilliland, directrice du Digital Business Development chez Universal Music Canada, à cause du piratage, le marché numérique au Canada plafonne bien en dessous de son potentiel et cela est attribuable « en grande partie à l'absence d'un régime solide de droits d'auteur et de protection des œuvres des créateurs dans notre pays, et cette lacune est évidente lorsqu'on compare le Canada avec d'autres nations », il y a longtemps que ces derniers ont mis en place des mesures de protection⁵⁷. M. Rollans de Lone Pine Publishing a lui aussi abondé dans le même sens lorsqu'il a affirmé que son entreprise avait entre 300 et 400 ouvrages sous forme numérique, mais qu'elle ne les diffuse pas parce que les règles du marché manquent de clarté. Il a ensuite ajouté que :

D'après moi, la première est très simple. Nous devons délimiter les comportements illégaux et illégitimes, bien les distinguer et bien expliquer aux Canadiens ce qui est bien et ce qui est mal⁵⁸.

Plusieurs autres témoins demandent quant à eux à ce que les œuvres de création soient clairement protégées. C'est le cas, par exemple, de Graham Henderson, président de l'Association de l'industrie canadienne de l'énergie :

A mon avis, il faut être extrêmement prudent avec ce genre de langage, car dans les faits, il ne sagit pas de droits d'utilisation, mais de permissions. Quant on aura établi clairement qu'il existe pas de droits d'utilisation, ou que les consommateurs ne sont pas autorisés à faire à peu près tout ce qu'il veut avec les produits qu'il achète⁵⁹.

D'autre part, il y a ceux qui, comme Loreena McKennitt, présidente de Quinlan Road Limited, repouvent l'approche privilégiée les « droits de l'utilisation » :

[...] notre régime de droits d'auteur est fondamentalement brisé. Il n'a aucun sens pour ceux qui sont dans le monde du numérique. Dans le cadre juridique actuel, toute une génération de gens qui vivent la culture d'une manière qui leur semble aussi naturelle qu'ouvrir un robinet à la sentiment de certains cas, lorsque cela est associé aux technologies de gestion des droits numériques, empêche la réutilisation créative et criminelle. En outre, ce cadre criminalise et, dans certains cas, lorsque cela est associé à l'exploitation de la culture⁶⁰.

54 Temoignages, Comité, réunion n° 7, 40^e législature, 3^e session, 15 avril 2010, 1135.

55 Temoignages, Comité, réunion n° 9, 40^e législature, 3^e session, 22 avril 2010, 1210.

56 Ibid., 1220.

57 Ibid., 1200.

Le Comité a entendu plusieurs points de vue au sujet de la protection des œuvres de création. D'une part, il y a ceux qui estiment que leurs œuvres de création devraient pouvoir être utilisées. Ce point de vue, qui se fonde sur ce que nous appelons souvent les « droits de l'usage », est celui exprimé par Brett Gaynor, documentariste d'EYESEEL Film Inc., lorsqu'il dit : «

3.5.2 Protection des œuvres de création

Les témoins ont exprimé de multiples inquiétudes au sujet du droit d'auteur. Certains ont insisté sur la nécessité de réagir au piratage et de protéger l'environnement. D'autres ont recalmé un assouplissement des restrictions applicables à certains documents protégés par le droit d'auteur afin d'encourager l'innovation. Utilisation des documents protégés par le droit d'auteur afin d'encourager l'innovation. Plusieurs témoins ont parlé de la nécessité de pouvoir se reporter à des règles claires pour élaborer leurs modèles d'affaires. Les rubriques suivantes traitent de quelques-unes des principales questions soulevées à propos du droit d'auteur.

La réforme du droit d'auteur est une question qui, aux yeux de bien des témoins, doit être prise en considération dans le contexte de l'essor des médias numériques et émergeants. Il y a lieu de noter que les audiences du Comité se sont tenues durant la période qui a précédé le dépôt, le 2 juin 2010, d'un projet de loi visant à modifier la Loi sur le droit d'auteur.

3.5.1 Introduction

3.5

Une économie de la connaissance est une économie qui ne manquera jamais de maturer première. Etant donné les départs à la retraite, il nous faut dès maintenant investir dans des programmes de transfert des connaissances, des programmes de mentorat et d'apprentissage dans les industries culturelles et dans les arts.⁵³

Pour affronter la concurrence dans un marché ouvert, les artistes et les administrateurs artistiques doivent des maintenant acquérir de nouvelles connaissances. Deux qui servent mainly les moyens de commerce l'industrie culturelle, et les médias sociaux autoront plusieurs longueurs d'avance lorsqu'il sagit de promouvoir, de présenter et de professionnaliser leur pratique artistique. Il va donc falloir accorder davantage d'importance à la formation des jeunes artistes et des jeunes créateurs, afin de leur inclure, non seulement les nécessaires connaissances numériques, mais également les éléments de base de l'entrepreneuriat.

- Aux yeux de M. Gaffield du CRSI, par exemple, l'accès Internet à large bande « est devenu une question d'intégrité sociale, économique et culturelle », parce que « ceux qui ont accès aux nouveaux médias et qui ont la capacité de les utiliser sont très avantageux par rapport aux autres ».
- Exprimant le point de vue de l'industrie, M. Kee, de l'Association canadienne du logiciel de divertissement, a dit ceci :
- [...] l'accès à un prix raisonnable à une infrastructure à grande bande soit sans fil, est essentiel au développement de nouveaux produits, de nouveaux services et de nouvelles méthodes de distribution en ligne, l'évolution des ces divers éléments ayant à leur tour pour effet de stimuler le recours à haut débit qui est, lui aussi, un facteur de nouvelles façons de consommer et de faire évoluer les médias numériques et émergents. De la même façon, la formation et l'acquisition de compétences numériques sont, aux yeux de nombreux témoins, essentielles pour permettre au Canada de développer et d'utiliser les médias numériques et émergents. Deux aspects sont à prendre en considération à cet égard. D'une part, le Canada a besoin d'une main-d'œuvre qualifiée pour que son économie numérique se développe. D'autre part, la population doit être rompue à l'utilisation des technologies numériques pour pouvoir tirer parti des médias numériques et émergents.
- En ce qui concerne la connaissance des technologies numériques, M. Jenkins de Open Text Corporation, a dit qu'il venait d'assister à la conférence Canada 3.0 à Stratford, en Ontario, et que même si les 2 000 participants avaient abordé de nombreux sujets en commun, il n'avait pas été question de technologie numérique.
- En ce qui concerne la connaissance des technologies numériques, M. Jenkins de Open Text Corporation, a dit qu'il venait d'assister à la conférence Canada 3.0 à Stratford, en Ontario, et que même si les 2 000 participants avaient abordé de nombreux sujets en commun, il n'avait pas été question de technologie numérique.
- Exprimant le point de vue de l'industrie, M. Kee, de l'Association canadienne du logiciel de divertissement, a dit ceci :
- [...] l'accès à un prix raisonnable à une infrastructure à grande bande soit sans fil, est essentiel au développement de nouveaux produits, de nouveaux services et de nouvelles méthodes de distribution en ligne, l'évolution des ces divers éléments ayant à leur tour pour effet de stimuler le recours à haut débit qui est, lui aussi, un facteur de nouvelles façons de consommer et de faire évoluer les médias numériques et émergents. De la même façon, la formation et l'acquisition de compétences numériques sont, aux yeux de nombreux témoins, essentielles pour permettre au Canada de développer et d'utiliser les médias numériques et émergents. Deux aspects sont à prendre en considération à cet égard. D'une part, le Canada a besoin d'une main-d'œuvre qualifiée pour que son économie numérique se développe. D'autre part, la population doit être rompue à l'utilisation des technologies numériques pour pouvoir tirer parti des médias numériques et émergents.
- Exprimant le point de vue de l'industrie, M. Kee, de l'Association canadienne du logiciel de divertissement, a dit ceci :
- [...] l'accès à un prix raisonnable à une infrastructure à grande bande soit sans fil, est essentiel au développement de nouveaux produits, de nouveaux services et de nouvelles méthodes de distribution en ligne, l'évolution des ces divers éléments ayant à leur tour pour effet de stimuler le recours à haut débit qui est, lui aussi, un facteur de nouvelles façons de consommer et de faire évoluer les médias numériques et émergents. De la même façon, la formation et l'acquisition de compétences numériques sont, aux yeux de nombreux témoins, essentielles pour permettre au Canada de développer et d'utiliser les médias numériques et émergents. Deux aspects sont à prendre en considération à cet égard. D'une part, le Canada a besoin d'une main-d'œuvre qualifiée pour que son économie numérique se développe. D'autre part, la population doit être rompue à l'utilisation des technologies numériques pour pouvoir tirer parti des médias numériques et émergents.

3.4 Formation

- Exprimant le point de vue de l'industrie, M. Kee, de l'Association canadienne du logiciel de divertissement, a dit ceci :
- [...] l'accès à un prix raisonnable à une infrastructure à grande bande soit sans fil, est essentiel au développement de nouveaux produits, de nouveaux services et de nouvelles méthodes de distribution en ligne, l'évolution des ces divers éléments ayant à leur tour pour effet de stimuler le recours à haut débit qui est, lui aussi, un facteur de nouvelles façons de consommer et de faire évoluer les médias numériques et émergents. De la même façon, la formation et l'acquisition de compétences numériques sont, aux yeux de nombreux témoins, essentielles pour permettre au Canada de développer et d'utiliser les médias numériques et émergents. Deux aspects sont à prendre en considération à cet égard. D'une part, le Canada a besoin d'une main-d'œuvre qualifiée pour que son économie numérique se développe. D'autre part, la population doit être rompue à l'utilisation des technologies numériques pour pouvoir tirer parti des médias numériques et émergents.
- Exprimant le point de vue de l'industrie, M. Kee, de l'Association canadienne du logiciel de divertissement, a dit ceci :
- [...] l'accès à un prix raisonnable à une infrastructure à grande bande soit sans fil, est essentiel au développement de nouveaux produits, de nouveaux services et de nouvelles méthodes de distribution en ligne, l'évolution des ces divers éléments ayant à leur tour pour effet de stimuler le recours à haut débit qui est, lui aussi, un facteur de nouvelles façons de consommer et de faire évoluer les médias numériques et émergents. De la même façon, la formation et l'acquisition de compétences numériques sont, aux yeux de nombreux témoins, essentielles pour permettre au Canada de développer et d'utiliser les médias numériques et émergents. Deux aspects sont à prendre en considération à cet égard. D'une part, le Canada a besoin d'une main-d'œuvre qualifiée pour que son économie numérique se développe. D'autre part, la population doit être rompue à l'utilisation des technologies numériques pour pouvoir tirer parti des médias numériques et émergents.
- Exprimant le point de vue de l'industrie, M. Kee, de l'Association canadienne du logiciel de divertissement, a dit ceci :
- [...] l'accès à un prix raisonnable à une infrastructure à grande bande soit sans fil, est essentiel au développement de nouveaux produits, de nouveaux services et de nouvelles méthodes de distribution en ligne, l'évolution des ces divers éléments ayant à leur tour pour effet de stimuler le recours à haut débit qui est, lui aussi, un facteur de nouvelles façons de consommer et de faire évoluer les médias numériques et émergents. De la même façon, la formation et l'acquisition de compétences numériques sont, aux yeux de nombreux témoins, essentielles pour permettre au Canada de développer et d'utiliser les médias numériques et émergents. Deux aspects sont à prendre en considération à cet égard. D'une part, le Canada a besoin d'une main-d'œuvre qualifiée pour que son économie numérique se développe. D'autre part, la population doit être rompue à l'utilisation des technologies numériques pour pouvoir tirer parti des médias numériques et émergents.
- Exprimant le point de vue de l'industrie, M. Kee, de l'Association canadienne du logiciel de divertissement, a dit ceci :
- [...] l'accès à un prix raisonnable à une infrastructure à grande bande soit sans fil, est essentiel au développement de nouveaux produits, de nouveaux services et de nouvelles méthodes de distribution en ligne, l'évolution des ces divers éléments ayant à leur tour pour effet de stimuler le recours à haut débit qui est, lui aussi, un facteur de nouvelles façons de consommer et de faire évoluer les médias numériques et émergents. De la même façon, la formation et l'acquisition de compétences numériques sont, aux yeux de nombreux témoins, essentielles pour permettre au Canada de développer et d'utiliser les médias numériques et émergents. Deux aspects sont à prendre en considération à cet égard. D'une part, le Canada a besoin d'une main-d'œuvre qualifiée pour que son économie numérique se développe. D'autre part, la population doit être rompue à l'utilisation des technologies numériques pour pouvoir tirer parti des médias numériques et émergents.

Beaucoup de témoins ont dit au Comité que l'accès Internet à une large bande pour tous les Canadiens est essentiel à l'essor de l'industrie numérique. Au dire d'autres témoins, la capacité des Canadiens de participer à l'économie numérique en dépend.

3.3 Accès Internet à une large bande

Afin de tirer tous les fruits de la révolution technologique, nous devons trouver le moyen d'identifier et de préserver le contenu des médias sociaux comme Facebook et MySpace. Nous devons nous ouvrir et donner accès à nos collections numériques et numérisées aux industries culturelles canadiennes, aux géologues, aux historiens, aux juristes et aux grands publics. Ce faisant, nous offrirons un accès direct, d'un océan à l'autre, à des ressources publiques souvent inexploitées.⁴⁸

À propos des défis qui se posent aux bibliothèques et aux archives, voici ce qu'il a dit :

Réalisier notre mandat en cette nouvelle ère numérique présente des défis et des possibilités que nous n'avions jamais imaginées jusqu'ici. Comme vous le savez, la technologie de l'information est en constante évolution. Elle a fondamentalement changé la manière dont les Canadiens produisent et conservent leur information. De plus, les Canadiens veulent pouvoir y accéder n'importe où et en tout temps.⁴⁹

Lors de sa comparution devant le Comité, M. Caron de Bibliothèque et Archives Canada, a expliqué que : « [L]e patrimoine documentaire est la pierre angulaire de la littératie et même de la démocratie canadienne. En prenant soin de choisir, d'acquérir et de conserver les documents les plus importants et les plus pertinents, nous nous assurons que les citoyens et usagers, dont certains sont encore inconnus⁴⁹, il a par ailleurs formulé applications et usages, dont certains sont encore inconnus⁴⁹. Il a aussi souligné que le contenu numérique pourra servir à de multiples temps⁴⁹. » Il a aussi souligné que les Canadiens qui voudront les consulter à travers le Web seront disponibles pour les imprimer ou les télécharger. En prenant soin de choisir, d'acquérir et de conserver les documents les plus importants et les plus pertinents, nous nous assurons que les citoyens et usagers, dont certains sont encore inconnus⁴⁹, il a par ailleurs formulé applications et usages, dont certains sont encore inconnus⁴⁹.

[...] il sera nécessaire de remanier les institutions que nous utilisons pour le stockage et l'archivage des connaissances. A l'aube du XXI^e siècle, la bibliothèque sera variée et remplaçablement en lieu et place différent de celui que nous connaissons aujourd'hui ; elle sera remplie d'objets virtuels et de livres à quatre dimensions qui communiquent entre eux.⁴⁹

-
- | | |
|----|---|
| 44 | Témoignages, Comité, réunion n° 10, 40 ^e législature, 3 ^e session, 27 avril 2010, 1230. |
| 45 | <i>Ibid.</i> , 1115. |
| 46 | <i>Ibid.</i> , 1110. |
| 47 | <i>Ibid.</i> , 1115. |
| 48 | <i>Ibid.</i> , 1115. |
| 49 | Témoignages, Comité, réunion n° 12, 40 ^e législature, 3 ^e session, 4 mai 2010, 1110. |

Plusieurs témoins ont parlé des difficultés posées par la numérisation et la préservation de notre patrimoine documentaire. Lors de la première audience préliminaire du Comité sur les médias numériques et émergents, M. Gaffield du CRSH a insisté sur l'importance du contenu numérique canadien pour assurer l'avenir numérique du Canada. Pour former des citoyens faciles à un contenu canadien — historique, contemporain, économique — avec « accès facile à un contenu canadien pour assurer une culture numérique sociale et culturel », soutient M. Gaffield. C'est pourquoi « il faut rassembler, préserver et rendre accessibles aux entreprises, aux établissements d'éducation, aux administrations publiques et à la société en général les contenus canadiens ».⁴³

M. Perlmutter de l'ONF a dit craindre que le contenu numérique canadien soit acheté par d'autres pays et à cet égard, l'exemple de Flickr qui a été acheté par Yahoo! et dont le contenu a migré des serveurs canadiens vers les serveurs américains. Selon lui, « [I]l nous faut réfléchir à la façon de veiller à ce que la vaste richesse de contenu existant généré par les secteurs public et privé, souvent avec des subventions publiques, puisse être numérisée et mise à la disposition des Canadiens ».⁴²

John Bonnett, professeur de l'Université Brock qui a fait une présentation au Comité sur l'utilisation d'un logiciel de visualisation en trois dimensions, a déclaré qu'en raison de ces transformations :

ressources dont nous disposons actuellement, avec nos fonds opératoires, ça va nous prendre 20 ans, si il n'y a pas de changements technologiques ».⁴³

3.2 Patrimoine numérique

Comme il est mentionné précédemment, le Comité a recueilli des témoignages sur la façon dont les médias numériques et émergents transforment l'univers médiatique et le Comité a également pu se rendre compte des défis que possètent les médias numériques et émergents aux entreprises et institutions culturelles dans un certain nombre de domaines.

3.1 Introduction

CHAPITRE 3 : MÉDIAS NUMÉRIQUES ET ÉMERGENTS : DÉFIS

41 Témoignages, Comité, réunion n° 32, 40^e législature, 2^e session, 27 octobre 2009, 1130.

42 Témoignages, Comité, réunion n° 11, 40^e législature, 3^e session, 29 avril 2010, 1135.

43 Ibid., 1155.

On a dit au Comité que, dans certains cas, le succès avait des conséquences imprévues. Ainsi, M. Geist de l'Université d'Ottawa a signalé que certains sites Web créés au Canada avaient été achetés par des sociétés américaines. Il a mentionné notamment Club Penquin, un site Web pour enfants qui a été acheté par Yahoo!, et Flickr, un site de photographie en ligne qui a été acheté par Disney, et Flickr, un site de

Le Comité a aussi entendu M. Maavara de Corsus Entertainment Inc., qui lui a parlé de Neviana, une entreprise de production d'émissions d'animation pour enfants appartenant à Corsus qui fournit du contenu canadien à des chaînes à plateformes multiples comme KidsCo en Europe, en Asie et en Afrique et qu'o.com aux États-Unis. L'entreprise a aussi une stratégie de télécharageement numérique directement aux consommateurs.³⁵ M. Maavara a dit aussi que « nous [au Canada] sommes vraiment bons dans ce domaine. Nous faisons partie des meilleurs conteurs d'histoires au Canada en vidéo » genre environ 3,5 milliards de dollars en recettes annuelles et dans toute une gamme de disciplines³⁷. M. Proulx de L'Alliance numérique - Reseau de l'industrie numérique du Québec a signale que Montréal est un grand centre de production de jeux vidéo et compétiteur la moitié de ces emplois.

Quant à l'industrie canadienne du logiciel de divertissement, a dit qu'il existe des affaires juridiques à l'Association canadienne du divertissement, a dit qu'il existe des affaires canadiennes du jeu vidéo. M. Kee, directeur de la politique et des affaires médias électroniques dans leurs travaux de recherche. M. Bonnett de l'Université Brock a décrit un projet de recherche permettant de créer des modèles à trois dimensions d'édifices patrimoniaux et à montrer au Comité une représentation informatique de la rue Sparks à Ottawa en 1878.³⁸ Steven High, titulaire de la chaire de recherche du Canada en histoire publique au département d'histoire de l'Université Concordia, a expliqué que la technologie numérique était en train de transformer l'histoire orale grâce à l'emploi de logiciels qui permettent de consulter et de classer les entrevues.³⁹

-
- 34 Témoignages, Comité, réunion n° 15, 40^e législature, 3^e session, 13 mai 2010, 1115.
- 35 Témoignages, Comité, réunion n° 16, 40^e législature, 3^e session, 25 mai 2010, 1215.
- 36 Ibid., 1230.
- 37 Témoignages, Comité, réunion n° 16, 40^e législature, 3^e session, 4 mai 2010, 1230.
- 38 Témoignages, Comité, réunion n° 10, 40^e législature, 3^e session, 27 avril 2010, 1230.
- 39 Témoignages, Comité, réunion n° 14, 40^e législature, 3^e session, 11 mai 2010, 1200.

M. Levy, le président-directeur général de l'entreprise, a parlé au Comité des efforts déployés par son entreprise pour atteindre son auditoire cible sur de nouvelles technologies, Comité, réunion n° 11, 40^e législature, 3^e session, 29 avril 2010, 1135.

Une autre entreprise s'est bien adaptée à l'évolution des médias : Score Media Inc.

Dès le premier jour, l'entreprise s'est axée sur le contenu, sur la narration d'histoires qui amènent l'auditeur sur des plateformes multiples. Nous avons repoussé les limites de l'expérimentation avec les nouvelles plateformes depuis la création de l'entreprise : haute définition, télévision sur le Web, téléphone cellulaire, technologie conviviale, transmission, télevision sur le Web, téléphone cellulaire, technologie conviviale.

Transmétas et j'en passe. Nous avons tout fait³³.

15 à 20 millions de dollars de recettes de production annuellement et explique les raisons deux à trente salaires à temps plein en neuf ans. Il a précisé que son entreprise devait le Comité, il a décrit la croissance de son entreprise, dont l'efficacité est passée de 15 à 20 millions de dollars de recettes de production annuellement et explique les raisons deux à trente salaires à temps plein en neuf ans. Il a précisé que son entreprise devait le Comité, il a décrit la croissance de son entreprise, dont l'efficacité est passée de

Quand Mark Bishop, associé et producteur chez marbimedial inc., a comparu devant le Comité, il a décrit la croissance de son entreprise, dont l'efficacité est passée de 15 à 20 millions de dollars de recettes de production annuellement et explique les raisons deux à trente salaires à temps plein en neuf ans. Il a précisé que son entreprise devait le Comité, il a décrit la croissance de son entreprise, dont l'efficacité est passée de

Des le premier jour, l'entreprise s'est axée sur le contenu, sur la narration d'histoires qui amènent l'auditeur sur des plateformes multiples. Nous avons repoussé les limites de l'expérimentation avec les nouvelles plateformes depuis la création de l'entreprise : haute définition, télévision sur le Web, téléphone cellulaire, technologie conviviale, technologie conviviale.

Pour sa part, le fondateur et coordinateur national d'OpenMedia.ca, Steve Anderson, a mentionné d'autres réussites comme CBC Radio 3, les projets de vidéo numérique de CBC, The Tyee, un site indépendant de nouvelles en ligne multimédias³⁴.

Une organisation indépendante de nouvelles en ligne multimédias³⁵.

La directive générale de Téléfilm Canada, Carole Brabant, se réjouit d'initiatives comme Elphrant : mémoire du cinéma québécois de Québecor et TOU.TV de Radio-Canada. Selon elle, ces initiatives « mettent un trésor d'émissions et de films canadiens à la disposition des citoyens du Canada³⁶ ».

Dépuis le lancement de la salle de visionnage nationale de l'ONF au début de l'année dernière, nous avons enregistré plus de cinq millions de visionsnements de films de l'ONF. En octobre, nous avons lancé notre application iPhone, qui s'est rapidement fait des adeptes. Il nous a dit de cette application qu'elle compait parmi les 10 meilleures faites l'an dernier. En l'espace de moins de six mois, 700 000 films ont été visionnés sur iPhone. Nous sommes prêts à nous lancer sur le iPad lorsque celui-ci arrivera au Canada. ONF.ca a été la première plateforme en Amérique du Nord pour le visionnement d'œuvres en langue française réalisées par des créateurs francophones²⁹.

Témoignages, Comité, réunion n° 12, 40^e législature, 3^e session, 4 mai 2010, 1120.

Témoignages, Comité, réunion n° 13, 40^e législature, 3^e session, 27 avril 2010, 1255.

Témoignages, Comité, réunion n° 11, 40^e législature, 3^e session, 29 avril 2010, 1135.

Témoignages, Comité, réunion n° 14, 40^e législature, 3^e session, 11 mai 2010, 1110.

30
31
32
33

la politique et des affaires juridiques à l'Association canadienne du logiciel de divertissement, nous a dit que ces concentrations d'entreprises créatives sont importantes pour le secteur du jeu parce qu'elles « ne sont pas seulement les lieux où se rassemblent les artistes, mais également les lieux [...], où les technologies numériques sont les plus présentes et que beaucoup d'établissements d'enseignement s'y trouvent aussi et produisent énormément de diplômes de fort calibre ».

On a fait valoir au Comité que les médias numériques et émergents avaient profondément transformé l'univers médiaque, mais on lui a dit aussi que les médias traditionnelles n'avaient pas disparu pour autant et qu'il y avait des chevauchements. M. Kee, par exemple, a signalé que la « seule différence entre un artiste traditionnel et un créateur de jeux [...] est qu'ils utilisent dorénavant des moyens d'expression numérique, ou l'équilibre entre les ressources numériques et le support papier se modifie, longue, ou l'équilibre entre les deux sortes d'utilisées ».

Mark Jamison, directeur général de Magazines Canada, abondait dans le même sens quand il a dit : « Un thème commun de discussion fait état du fait que les jeunes abandonnent les médias imprimés, mais rien n'est plus faux. En fait, les jeunes âgés de 18 à 24 ans constituent la plus grande frange du lecteur de magazines imprimés ».²⁷ Il a précisé cependant que l'industrie du magazine créeait du contenu enrichi sur les sites Web offre sur Internet. Quand il a comparé, le président de l'ONF, M. Perlmuter, a donné des précisions sur cette réussite :

On a aussi beaucoup parlé au Comité de réussites d'entreprises canadiennes à l'ère du numérique et des nouveaux médias.

2.2 Réussites

Mark Jamison, directeur général de Magazines Canada, abondait dans le même sens quand il a dit : « Un thème commun de discussion fait état du fait que les jeunes âgés de 18 à 24 ans constituent la plus grande frange du lecteur de magazines imprimés, mais rien n'est plus faux. En fait, les jeunes âgés de 18 à 24 ans constituent la plus grande frange du lecteur de magazines imprimés ».²⁷ Il a précisé cependant que l'industrie du magazine créeait du contenu enrichi sur les sites Web offre sur sur Internet. Quand il a comparé, le président de l'ONF, M. Perlmuter, a donné des précisions sur cette réussite :

-
- | | | | |
|----|--|-------|-------|
| 23 | Témoignages, Comité, réunion n° 12, 40 ^e législature, 3 ^e session, 4 mai 2010, 1250. | ibid. | ibid. |
| 24 | Témoignages, Comité, réunion n° 8, 40 ^e législature, 3 ^e session, 20 avril 2010, 1240. | ibid. | ibid. |
| 25 | Témoignages, Comité, réunion n° 16, 40 ^e législature, 3 ^e session, 25 mai 2010, 1130. | ibid. | ibid. |
| 26 | Témoignages, Comité, réunion n° 8, 40 ^e législature, 3 ^e session, 20 avril 2010, 1240. | ibid. | ibid. |
| 27 | Témoignages, Comité, réunion n° 16, 40 ^e législature, 3 ^e session, 25 mai 2010, 1130. | ibid. | ibid. |
| 28 | | ibid. | ibid. |

Les médias numériques ont également un pour effet de susciter, dans les industries concrètes, des grappes d'entreprises de création. David Wolfe, professeur de sciences politiques et codirecteur du programme d'étude de la mondialisation et des systèmes d'innovation régionalaux à l'Université de Toronto, nous a dit que l'on retrouve ce type de concentration « habituellement dans les endroits où il y a une concentration préexistante d'entreprises connexes. Ce sont des industries créatives, comme la production cinématographique, la télévision et la télédiffusion²² ». Jason Kee, directeur de

les modes de consommation des produits culturels²³. » En ce qui concerne l'interaction des créateurs et des consommateurs, la directive permettant aux créateurs d'affirmer leur propriété intellectuelle leur accorde le droit de faire connaître leur œuvre dans le monde entier, dans plus de 160 pays, dans le monde entier, dans plus de 40 langues différentes¹⁸. »

En ce qui concerne l'interaction des créateurs et des consommateurs, la directive de la Writers Guild of Canada, Maureen Parkes, a dit que les médias numériques de la Whitbread numérique, si bien que les scénaristes, par exemple, peuvent dévenir leurs auteurs de production, si bien que le changement le plus fondamental tient à ce que les personnes John Levy, estime que le changement le plus fondamental directeur général de Score Media Inc, contenu numérique¹⁹. Pour sa part, le président-directeur général des producteurs de contenu numérique¹⁹, pour sa part, le président-directeur général des scénaristes, par exemple, peuvent partager du contenu instantanément²⁰. Les peuvent maintenir leur audience entre elles et elles peuvent échanger du contenu instantanément²⁰. Le directeur national de la Conference canadienne des arts (CCA), Alain Pineau, nous a dit que le numérique « a changé la façon dont les artistes produisent et la relation des institutions avec leurs publics. L'interactivité bouleverse les modèles d'affaires et modifie les modes de consommation des produits culturels²¹. »

- 16 Temoignages, Comité, réunion n° 7, 40^e législature, 3^e session, 15 avril 2010, 1110.
 17 Temoignages, Comité, réunion n° 14, 40^e législature, 3^e session, 11 mai 2010, 1210.
 18 Temoignages, Comité, réunion n° 16, 40^e législature, 3^e session, 25 mai 2010, 1215.
 19 Temoignages, Comité, réunion n° 12, 40^e législature, 3^e session, 4 mai 2010, 1110.
 20 Temoignages, Comité, réunion n° 15, 40^e législature, 3^e session, 13 mai 2010, 1115.
 21 Ibid., 1205.
 22 Temoignages, Comité, réunion n° 10, 40^e législature, 3^e session, 27 avril 2010, 1140.

On observe parallèlement que les distinctions entre les divers intervenants s'estompent, comme La explicable Aline Côté, présidente du Comité du droit d'auteur et éditrice, Association nationale des éditeurs de livres : [La numérisation] a permis à de nouvelles entreprises venues souvent multinationales grâce au contenu culturel, à des usagers de bonne foi, à des pirates et même à nos bibliothèques d'assumer des fonctions autrefois réservées à l'édition, soit la création de formats, la cession à des tiers et d'usurer aussi une partie des fonctions qui étaient traditionnellement données à la bibliothèque ou aux bibliothèques¹⁶.

La question de la convergence a été soulevée par plusieurs témoins. M. Glick a insisté sur deux points : « premièrement, tout converge désormais sur Internet public; et deuxièmement, en corollaire, cette convergence est bonne pour l'innovation, la variété des choix offre aux consommateurs et la concurrence »¹². Il a ajouté que la télévision, le téléphone cellulaire, le téléphone fixe et la câblodistribution, ainsi que toutes sortes de contenus, convergent sur Internet¹³.

Pour John Bonnett, professeur adjoint au département d'histoire de l'Université Brock et titulaire de la chaire de recherche du Canada en sciences humaines numériques, la convergence signifie que divers logiciels peuvent être combinés et utilisés de manière innovatrice. Il a donné l'exemple du système d'information géographique, « une invention canadienne dans laquelle on a fusionné des cartes et des bases de données, et due à un utilisation majeure dans les applications de soutien alliant de la cartographie à l'urbanisme », en passant par la gestion des situations d'urgence¹⁴.

La convergence des technologies a entraîné aussi une convergence au niveau des entreprises, ce qui n'est pas sans conséquence sur les créateurs. Claire Samson, présidente et directrice générale de L'Association des producteurs de films et de télévision du Québec, nous a dit :

« La convergence et la technologie accentuent la tendance à la concentration des droits de propriété des médias. Il y a des interrelations croisantes et une concentration complète entre les secteurs de la télécommunication, de la publicité, de la radiodiffusion et de la presse. Les médias sont en mesure de posséder de nombreux économiques tout en étant dans le secteur de la télécommunication, de la publicité et de la presse. »¹⁵

Il n'est pas étonnant que les créateurs soient préoccupés par la convergence. Les médias traditionnels ont été les premiers à faire face à la concurrence de la télévision et de l'Internet. Ils ont dû se adapter et trouver de nouvelles façons de gérer leur entreprise. Les médias en ligne ont également rencontré des défis similaires, mais avec une vitesse et une portée différentes. Les médias traditionnels ont également rencontré des défis similaires, mais avec une vitesse et une portée différentes.

M. Glick de Google Inc. a soulève la même question⁹, tandis que Daniel J. Caron, bibliothécaire et archiviste à Bibliothèque et Archives Canada, a dit que « [l]abondance de l'information affecte la capacité de toutes les sociétés à édifier, préserver et rendre accessible la documentation détaillée et précise de l'ensemble du patrimoine culturel et historique du Canada ». A titre d'exemple, Tom Jenkins, président accessible leur patrimoine documentaire¹⁰. À titre d'exemple, Tom Jenkins, président exécutif et administrateur en chef de la stratégie chez Open Text Corporation, a fait remarquer que « le contenu numérique double tous les 30 jours — [c]eux qui a été, tout, depuis les débuts de la civilisation, aura double ».

CHAPITRE 2 : LES MÉDIAS NUMÉRIQUES ET ÉMERGENTS : POSSIBILITÉS

2.1 Répercussions sur les industries culturelles

En réponse aux questions sur les répercussions de l'évolution des médias numériques et émergents sur les industries culturelles du Canada qu'avait posées le Comité dans le mandat qu'il s'est donné, certains témoins ont parlé des caractéristiques des médias numériques et émergents et de leurs conséquences.

Plusieurs témoins ont présenté des analyses théoriques des effets des médias numériques et émergents. M. Gaffield, par exemple, du Conseil de recherches en sciences humaines, a signalé trois profonds changements, « premièrement, une nouvelle reconnaissanc e de la complexité; deuxièmement un nouvel engagement à l'égard de la diversité; troisièmement, un nouvel accès sur la créativité », et a ajouté que les médias numériques et émergents « facilitent, accélèrent et redéfinissent l'importance des changements clés ».

Plusieurs témoins ont noté la rapidité avec laquelle ces changements s'opéraient, rapidement, sans inquiéter Tom Perlmutter, commissaire du gouvernement à la cinématographie et président de l'Office national du film (ONF) :

Nous travaillons sur la base de l'hypothèse de changements progressifs et gérables. Or, il pourrait survenir quelque chose de très différent. Au lieu de changements progressifs, nous avançons peut-être vers un point de basculement où — bang — tout serait détruit à la vitesse grand V^e.

M. Geist, de l'Université d'Ottawa, a mis en relief « le passage d'un monde de rareté, où une bande passante limitée et la difficulté d'accéder à la culture, à un monde d'abondance où l'accès à la culture est pratiquement illimité ». Il en a décrit ainsi les conséquences :

Dans un monde de rareté, vous pouvez éliminer certains types de contenu: vous pouvez maintenir la rareté, ce qui rendrait les choses plus faciles à réglementer. Aujourd'hui, nous vivons dans un monde d'abondance où il est tout simplement impossible d'empêcher le contenu, ce qui crée de sérieux défis pour ceux qui veulent une réglementation fondée sur cette rareté.

5 Temoignages, Comité, réunion n° 32, 40^e législature, 2^e session, 27 octobre 2009, 1115.

6 Temoignages, Comité, réunion n° 11, 40^e législature, 3^e session, 29 avril 2010, 1130.

7 Temoignages, Comité, réunion n° 3, 40^e législature, 3^e session, 25 mars 2010, 1110.

8 Ibid., 1155.

Le Comité a tenu des audiences jusqu'au 25 mai 2010. Il a étudié préalablement un total de 13 audiences, durant lesquelles il a entendu 43 groupes et particuliers. Le présent rapport intérimaire résume les témoignages que le Comité a entendus jusqu'à présent.

- Ces trois personnes ont donc un aperçu des retombées des médias numériques, de la situation du Canada en ce qui concerne l'adoption des médias numériques, de certains des problèmes à régler et du rôle éventuel du gouvernement fédéral. Ils nous ont parlé de l'abondance et de la complexité de l'information générée par les médias numériques et nous ont fait valoir à quel point il était important que le Canada apprivoise les médias numériques en précisant les mesures qu'il pourrait prendre à cet égard.
- A la suite de ces audiences, le Comité a décidé d'effectuer une étude approfondie de la question initiale Les médias numériques et émergents : Possibilités et défis, et il s'est donc le mandat suivant le 1^{er} avril 2010 :
- Dans le cadre de son étude, le Comité examinera les questions suivantes :
- Y-a-t-il des histoires à succès proprement canadiennes ?
 - Comment ces développements futurs les affecteront-ils ?
 - Quels sont les impacts de l'évolution des médias numériques et émergents sur les industries culturelles canadiennes et leurs industries culturelles et émergentes ?
 - Y-a-t-il moyen de s'assurer que les créateurs de contenus artistiques et culturels soient convenablement rémunérés pour leur travail ?
 - Que faire pour doter les Canadiens, y compris ceux qui travaillent dans les industries culturelles, des compétences nécessaires pour tirer profit des médias numériques et émergents ?
 - Que faire pour assurer que tous les Canadiens, où qu'ils vivent et quelle que soit leur situation socioéconomique, aient accès aux médias numériques et émergents ?
 - Que faire pour aider les Canadiens à adopter pour aider les Canadiens et leurs industries culturelles à tirer profit de l'évolution des médias numériques et émergents ?
 - Que faire pour assurer que toute la population canadienne, où qu'ils vivent et quelle que soit leur situation socioéconomique, ait accès aux médias numériques et émergents ?
 - Quelles politiques le gouvernement fédéral pourra-t-il adopter pour aider les Canadiens et leurs industries culturelles à tirer profit de l'évolution des médias numériques et émergents ?
 - Quel serait l'impact des changements dans les règles régissant la propriété étrangère, y compris les changements légalisant et réglementaires, sur le contenu canadien et la culture canadienne ?

CHAPITRE 1 : INTRODUCTION

POSSIBILITÉS ET DÉFIS — RAPPORT INTERIMAIRES MÉDIAS NUMÉRIQUES ET ÉMERGENTS :

1.1 Contexte

Vu l'évolution rapide de l'univers médiatique et la profonde influence que les médias numériques et émergents exercent sur tous les aspects de la culture, le Comité a décidé d'étudier les répercussions globales des médias numériques et émergents. Il a cependant estimé utile de faire une étude préalable de la question pour cerner les sujets à approfondir. En conséquence, le 2 mars 2009, il a été convenu :
Quel le Comité tiendra trois séances au sujet des nouveaux médias, puis qu'il décide si d'autres réunions seront nécessaires.

1.2 Étude préalable

1.2 Etude préalable

4	Dans son étude préalable, le Comité a tenu des audiences durant lesquelles il a entendu le président du Conseil de recherches en sciences humaines (CRSH), Chad Gaffield, le titulaire de la Chaire de recherche du Canada en droit d'internet et du commerce électronique, le professeur de droit Michael Geist de l'Université d'Ottawa, et le médialex « et « médias numériques » pour englober tous les services numériques offerts par la voie d'internet ou de réseaux sans fil ou de plateformes comme les appareils de jeu vidéo.
3	On a choisi d'employer l'expression « médias numériques et émergents » au lieu des termes « nouveaux médias » et « médias numériques » pour englober tous les services numériques offerts par la voie d'internet ou de réseaux sans fil ou de plateformes comme les appareils de jeu vidéo.
2	Comme il est fait dans un message à l'Université de Google Inc., Jacob Glick.
1	Le Comité permanent du patrimoine canadien, CB Radio-Canada : Définir la spécificité dans un paysage médiatique en évolution, février 2008, http://www.par.gc.ca/HousePublications/Publications/Publication.aspx?DocId=3297009&Mode=1&Part=398&Ses=2&Langue=E , consulté le 8 juin 2010.

CHAPITRE 4 : MÉDIAS ÉMERGENTS ET NUMÉRIQUES : LE RÔLE DU GOUVERNEMENT FÉDÉRAL	29
4.1 Introduction	29
4.2 La numérisation de l'information gouvernementale et du patrimoine documentaire	29
4.3 La stratégie numérique nationale	30
4.4 Lois et règlements	32
4.5 Le Fonds des médias du Canada	34
4.6 Traites internationaux	35
4.7 Propriété étrangère	36
4.8 Contenu canadien	37
4.9 Accès et formation	38
CHAPITRE 5 : LES PROCHAINES ÉTAPES	39
ANNEXE A : LISTE DES TÉMOINS	41
ANNEXE B : LISTE DES MÉMOIRES	45
PROCES-VERBAUX	47

CHAPITRE 1 : INTRODUCTION	1
1.1 Contexte	1
1.2 Etude préalable	1
CHAPITRE 2 : LES MÉDIAS NUMÉRIQUES ET ÉMERGENTS : POSSIBILITÉS	5
2.1 Répercussions sur les industries culturelles	5
2.2 Résultats	8
CHAPITRE 3 : MÉDIAS NUMÉRIQUES ET ÉMERGENTS : DÉFIS	13
3.1 Introduction	13
3.2 Partimoline numérique	13
3.3 Accès Internet à large bande	14
3.4 Formation	15
3.5 Droit d'auteur	16
3.5.1 Introduction	16
3.5.2 Protection des œuvres de création	16
3.5.3 Utilisation équitable	18
3.5.4 Redevance sur la copie pour usage privé	20
3.5.5 Responsabilité du fournisseur de services Internet	21
3.6 Remunération des créateurs	23
3.7 Modèles d'affaires	24
3.8 Contenu canadien	27
3.9 Internet ouvert	28

TABLE DES MATIÈRES

Conformément au mandat que lui confère l'article 108(2) du Règlement, le Comité a commencé son étude sur les Médias numériques et émergents : les possibilités et défis et a convenu de faire rapport des témoignages reçus jusqu'à maintenant :

TRIOSIÈME RAPPORT

a l'honneur de présenter son

LE COMITÉ PERMANENT DU PATRIMOINE CANADIEN

COMITÉ PERMANENT DU PATRIMOINE CANADIEN

III

PRÉSIDENT	Gary Schellenberger, député
VICE-PRÉSIDENTS	Carole Lavallée, députée
MEMBRES	Charlie Angus, député Ruby Dhalla, députée Dean Del Mastro, député Royal Galipeau, député Nina Grewal, députée Scott Simms, député Roger Pomerleau, député Tim Uppal, député
GRÉFIEUR DU COMITÉ	Richard Dupuis
BIBLIOTHÈQUE DU PARLEMENT	Service d'information et de recherche parlementaires Marion Menard Michael Dewing

VICE-PRÉSIDENTS

Pablo Rodriguez, député

Carole Lavallée, députée

MEMBRES

CHARLIE ANGUS, député	Charlie Angus, député
RUBY DHALLA, députée	Ruby Dhalla, députée
DEAN DEL MASTRO, député	Dean Del Mastro, député
ROYAL GALIPEAU, député	Royal Galipeau, député
NIINA GREWAL, députée	Niina Grewal, députée
SCOTT SIMMS, député	Scott Simms, député
ROGER POMERLEAU, député	Roger Pomerleau, député
TIM UPPAL, député	Tim Uppal, député

Gary Schellenberger, député

PRÉSIDENT

MÉDIAS NUMÉRIQUES ET ÉMERGENTS : LES POSSIBILITÉS ET DÉFIS

Rapport intérimaire du Comité permanent
du patrimoine canadien

Gary Schellenberger, député
Le président

40^e LEGISLATURE, 3^e SESSION

JUIN 2010

L'adresse suivante : <http://www.parl.gc.ca>

<http://publications.gc.ca>

Télécopieur : 613-941-5995 ou 1-800-635-7943

Téléphone : 613-954-5779 ou 1-800-565-7757

Ottawa (Ontario) K1A 0S5

Les Éditions et Services de dépôt Travaux publics et Services gouvernementaux Canada
Où peut obtenir des copies supplémentaires en écrivant à :

La présente permission ne porte pas atteinte aux priviléges, pouvoirs, immunités et droits de la Chambre et des

comités. Il est entendu que cette permission ne touche pas l'interdiction de contester ou de mettre en cause les délibérations de la Chambre devant les tribunaux ou autrement. La Chambre conserve le droit et le privilège de déclarer l'utilisatice coupable d'outrage au Parlement lorsqu'e la reproduction ou l'utilisation n'est pas conforme à la présente permission.

d'obtenir leurs autorisations pour la reproduction conformément à la Loi sur le droit d'auteur.

Le privilège absolu qui s'applique aux délibérations de la Chambre ne s'étend pas aux reproductions permises. La reproduction conforme à la présente permission ne constitue pas une publication sous l'autorité de la Chambre.

La présente permission comprend des mémoires présentés à un comité de la Chambre, il peut être nécessaire lorsqu'une reproduction complète ou presque complète d'un rapport ou d'un document ou d'un document formelle considérée comme une violation du droit d'auteur aux termes de la Loi sur le droit d'auteur. Une autorisation formelle peut être obtenue sur présentation d'une demande écrite au Bureau du Président de la Chambre.

toutefois pas permis de reproduire, de distribuer ou d'utiliser les délibérations comme version officielle. Il n'est supporté, pourvu que la reproduction soit exacte et qu'elle ne soit pas présentée comme version officielle. Il n'est

permis de reproduire les délibérations de la Chambre et de ses comités, en tout ou en partie, sur n'impose quel

PERMISSION DU PRÉSIDENT

Publie en conformité de l'autorité du Président de la Chambre des communes



40^e LEGISLATURE, 3^e SESSION

JUIN 2010

Gary Schellenberger, député

Le président

Rapport intermédiaire du Comité permanent
du patrimoine canadien

MÉDIAS NUMÉRIQUES ET EMERGENTS : LES
POSSIBILITÉS ET DÉFIS

CANADA
CHAMBRE DES COMMUNES

